

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PODNIKOHOSPODÁŘSKÁ

Poradenská činnost v oblasti pojišťovnictví  
Consulting Services in Insurance Sector

Student:	Jarmila Stryčková
Vedoucí bakalářské práce:	Dr. Ing. Pavel Blecharz

Ostrava 2009

***Miestoprísťažné prehlásenie***

Miestoprísťažne prehlasujem že som celú prácu, vrátane všetkých príloh vypracovala samostatne.

Dňa 07. 05. 2009

### ***PodĎakovanie***

Chcela by som sa poĎakovať vedúcemu práce pánovi Dr. Ing. Pavlovi Blecharzovi za odborné usmernenie bakalárskej práce, za pomoc a opravy drobných nedostatkov. Zároveň chcem poĎakovať spoločnosti OVB Allfinanz, a. s. za ochotu pri spolupráci a za poskytnutie dát a poznatkov k praktickej časti bakalárskej práce.

# Obsah

<b>1. ÚVOD.....</b>	<b>6</b>
<b>2. TEORETICKO-METODOLOGICKÉ VÝCHODISKÁ POISŤOVNÍCTVA.....</b>	<b>8</b>
2.1 ZÁKLADNÁ KONCEPCIA POISTNÉHO TRHU .....	8
2.1.1 Poistný trh .....	8
2.1.2 Klasifikácia poistného trhu.....	8
2.1.3 Subjekty poistného trhu .....	10
2.1.4 Faktory ovplyvňujúce poistný trh .....	11
2.2 OBECNÉ PRINCÍPY POISŤOVNÍCTVA .....	12
2.2.1 Poisťovníctvo .....	12
2.2.2 Riziko a poistenie.....	12
2.2.3 Členenie poistenia .....	14
2.2.4 Sprostredkovateľská činnosť v poisťovníctve.....	17
2.3 ŠPECIFIKÁ PORADENSTVA .....	18
2.3.1 Poradenstvo ako služba .....	18
2.3.2 Poradca - jeho princípy, zásady a prístupy .....	19
2.3.3 Komunikácia a spolupráca – zlaté pravidlo poradenstva .....	25
2.3.4 Poradenský proces.....	28
2.3.5 Metodika zhodnotenia – SWOT analýza.....	30
<b>3. POPIS PORADENSKEJ FIRMY A ANALÝZA JEJ ČINNOSTÍ V POISŤOVACEJ SFÉRE ...</b>	<b>32</b>
3.1 PREDSTAVENIE FIRMY OVB ALLFINANZ, A. S. ....	32
3.1.1 Produkty spoločnosti OVB na slovenskom trhu.....	33
3.2 AKO SA STAŤ PORADCOM FIRMY OVB .....	34
3.3 PORADENSKÝ PROCES POISTENIA – SYSTÉM K-A-P-S .....	36
3.3.1 Kontakt .....	36
3.3.2 Medzičlánok PFT – Prieskum finančného trhu .....	39
3.3.3 Analýza .....	40
3.3.4 Poradenstvo .....	42
3.3.5 Servis .....	44
3.4 SWOT ANALÝZA PORADENSKÉHO PROCESU FIRMY OVB .....	44
<b>4. NÁVRHY A ODPORÚČANIA.....</b>	<b>48</b>
<b>5. ZÁVER .....</b>	<b>51</b>
<b>ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY .....</b>	<b>52</b>
<b>ZOZNAM SKRATIEK</b>	
<b>PROHLÁSENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE</b>	
<b>PRÍLOHY</b>	

# 1. Úvod

Poistovníctvo je dôležitou súčasťou trhového hospodárstva. Prelína sa všetkými odvetvami ekonomiky a zasahuje do činností všetkých ekonomických subjektov. Význam poistenia neustále narastá, a to predovšetkým z toho dôvodu, že sa jedna o spôsob krytia rizík. Občania, tak ako aj ostatné ekonomické subjekty sú vystavené rizikám, ktoré môžu ohroziť ich existenciu. Jedným zo spôsobov ako znížiť následky vzniknuté náhodnou udalosťou je práve poistenie. Klient si môže poistenie zjednať prostredníctvom rôznych distribučných kanálov poisťovne, jedným z nich sú sprostredkovatelia poistenia. Jedná sa o špecifickú profesiu, v ktorej sú veľmi dôležité znalosti ako z oblasti poisťovníctva, tak z oblasti psychológie človeka. Sprostredkovateľ poistenia musí byť teda predovšetkým výborným poradcom a práve preto je poradenský proces hlavnou myšlienkou tejto bakalárskej práce. Hektická doba so sebou prináša mnoho problémových situácií, ktorých riešenia by sa bez patričnej rady mohli stať bezvýhodiskové alebo málo efektívne. Poradenstvo, najmä počas nastávajúcej hospodárskej krízy, má hlavne vo finančnej oblasti obrovský význam. Jeho kvalita je však podmienená mnohými faktormi, ktoré v bakalárskej práci priblížim. Nakoľko je bakalárska práca zameraná na analýzu poistného poradenského postupu a procesu podniku, nedá sa očakávať, že jej výsledok bude vyjadrený nejakými ukazovateľmi alebo presnými ekonomickými predikciami budúceho vývoja. Pri SWOT analýze sa jedná o strategickú analýzu širokého spektra vplyvov pôsobiacich na poradenský proces podniku.

Z tohto dôvodu formulujem ťažisko práce ako vykonanie analýzy poistného poradenského procesu konkrétnej firmy metódou deskripcie a následne spracovanie jeho SWOT analýzy za účelom splnenia *cieľa práce*, a síce možnosti lepšie sa orientovať v poradenskom prostredí podniku.

Bakalárska práca je obecné rozdelená na teoretickú a praktickú, resp. analytickú časť. V prvej časti sa budem zameriavať na charakteristiku základných špecifik poisťovníctva s nadväznosťou na význam a princípy sprostredkovateľsko-poradenskej činnosti. Ďalšia časť bude venovaná analýze konkrétneho poradenského procesu vybranej spoločnosti OVB Allfinanz, a. s. na základe poradenskej filozofie tejto firmy a konfrontácie s jej finančnými sprostredkovateľmi.

Predposledným oddielom v praktickej časti bakalárskej práce bude SWOT analýza poradenského procesu podniku. SWOT analýza v tejto práci slúži ako syntetický nástroj, v ktorom budú spojené všetky časti analýzy procesu poradenstva v poisťnej sfére a na jej základe bude vytvorený obraz poisťného poradenského postavenia podniku. Do SWOT analýzy sa teda premietnu ako vplyvy plynúce z vnútorného prostredia, to znamená silné a slabé stránky procesu (zdroje a schopnosti), tak vplyvy plynúce z prostredia vonkajšieho, teda príležitosti a hrozby (ohľad na klientov, konkurentov, dodávateľov a na ďalšie obdobné vplyvy). Výstupom analýzy bude strategické zhodnotenie a usmernenie firmy.

V závere analytickej časti budú ďalej následne uvedené vlastné návrhy a odporúčania pre zdokonalenie poradenského procesu firmy.

## 2. Teoreticko-metodologické východiská poisťovníctva

### 2.1 Základná koncepcia poisťného trhu

#### 2.1.1 Poistný trh

Poistným trhom, ako jedným zo segmentov finančného trhu rozumieme spoločenské, dynamicky sa rozvíjajúce prostredie a územie, kde sa stretáva dopyt a ponuka po poisťnej ochrane. Zahŕňa teda všetky vzťahy medzi poskytovateľom a kupujúcim, ktorí používajú ako predmet svojej výmeny peňažnú službu - poistenie.

Poistný trh, ako aj všetky ostatné segmenty finančného trhu funguje na princípe zhromažďovania a rozdeľovania peňažných prostriedkov, avšak od iných hospodárskych trhov sa líši tým, že pracuje s rezervami. Tie sa vytvárajú pre prípad úhrady náhodných potrieb, a teda nie je možné zistiť, či budú použité na spotrebu, alebo ďalšiu kumuláciu. Preto široká vrstva trhových subjektov si nie je kvôli nejasej predstave o existujúcej rizikovej situácii celkom istá svojim dopytom po poisťnej ochrane.

#### 2.1.2 Klasifikácia poisťného trhu

Vedľa prvej poisťovacej činnosti, poskytovania poisťnej ochrany za úplatu, sa súčasne poisťovne snažia čo najefektívnejším spôsobom investovať dočasne voľné peňažné prostriedky. Mohli by sme teda podľa jednotlivých predmetov činností poisťovateľov rozdeliť poisťný trh na dva okruhy:<sup>1</sup>

- **vecný poisťný trh**, ktorý je súčasťou trhu služieb a kde sa stretáva ponuka poistenia s dopytom po poistení,
- **investičný poisťný trh**, ako súčasť finančného trhu a poskytuje priestor pre investovanie voľných peňažných prostriedkov.

---

<sup>1</sup> vid' [3]

- **Vecný poistný trh**

Poistenie na vecnom trhu sa vykonáva ako zmluvné poistenie alebo povinné zmluvné poistenie. S rôznou ponukou sa tu zúčastňujú poisťovne v oblasti životného a neživotného poistenia s cieľom pokryť čo najväčší priestor poistného trhu.

Predmetom podnikania na vecnom poistnom trhu sú:

- **poisťovacia činnosť**, ktorá zahŕňa obchodnú činnosť spojenú so zjednávaním poistných zmlúv, prevádzkovú činnosť ako správu zmlúv a inkaso poistného, likvidačnú činnosť, teda zisťovanie veľkosti vzniknutých škôd, oceňovanie škôd, stanovenie veľkostí poistných plnení a ich výplata, a poistne technická činnosť, ktorá stanovuje veľkosť poistného, veľkosť poistne technických rezerv atď.,
- **zaisťovacia činnosť**, ktorá má za účel uzatváranie zaisťovacích zmlúv medzi poisťovňou alebo pobočkou zahraničnej poisťovne a zaisťovňou alebo pobočkou zahraničnej zaisťovne, spravovanie zaistenia, udržiavanie a aktualizáciu stavu zaisťovacích zmlúv, poskytovanie plnení z týchto zmlúv, tvorbu a použitie rezerv,
- **zábranná činnosť** vystupujúca ako zábrana škôd uskutočňovaná poisťovateľmi rôznymi spôsobmi, priamo sa sem zahŕňa prefinancovanie jednotlivých zábranných opatrení z prostriedkov zábrany škôd, ďalej osvetová činnosť vedúca k obmedzeniu realizácie rizika a tiež určité prvky v konštrukcii určitých druhov poistenia, ako napr. krátenie, prípadne odmietnutie výplaty poistného plnenia v prípade škody zavinennej poisteným, odmietnutie poistnej ochrany atď.,
- **sprostredkovateľská činnosť** vo funkcii medzičlánku, ktorý uľahčuje styk klienta s poisťovňou, a ktorý je pri súčasnom rozvoji moderných foriem predaja poistných produktov v niektorých oblastiach viac-menej nevyhnutný,
- **činnosti súvisiace s poistením, ktoré slúžia k podpore a rozvoju poisťovníctva, rozširovania a skvalitňovania poisťovacích služieb.**

- **Investičný poistný trh**

V súvislosti s prevádzkovaním poistenia (predovšetkým životného) tvoria poisťovne poistne technické rezervy, ktoré následne investujú, a teda sa stávajú významným investorom na finančnom trhu. Poistne technické rezervy životného a dôchodkového poistenia sú určené ku krytiu budúcich záväzkov z týchto poistení. Pre tieto druhy poistenia je charakteristickou črtou dlhodobý proces sporenia, preto sú prostriedky z týchto rezerv vhodné k dlhodobějšímu investovaniu na kapitálovom trhu.



Nadobudnuté rezervy z neživotného poistenia však musia byť pre prípad naliehavej potreby v krátkom časovom období likvidné.

Poist'ovne majú možnosť prostriedky rezerv investovať napr. do:

- dlhopisov vydaných členským štátom (EÚ) alebo jeho centrálnou bankou, či ostatnými bankami štátu
- pokladničných poukázok,
- pôžičiek, úverov, pohľadávok s bankovou zárukou,
- nehnuteľností na území členských štátov,
- umeleckých kultúrnych hodnôt a predmetov za podmienky ich poistenia, atď.

### 2.1.3 Subjekty poistného trhu

Prioritným účastníkom poistného trhu a každého poistného vzťahu je **poist'ovateľ**. Je to právny subjekt, ktorý dojednáva poistenie a tým preberá na seba riziká poistených.. V našich podmienkach je týmto subjektom **poist'ovňa** (s tuzemským statusom, alebo ako zahraničná pobočka), ktorá na svoju činnosť, a síce na dojednávanie a spravovanie poistenia, musí mať udelenú licenciu **orgánom vykonávajúcim dohľad nad poist'ovníctvom**, ktorý je bezpodmienečne ďalším účastníkom poistného trhu. Medzi nemenej dôležité subjekty tohto trhu patria: <sup>2</sup>

- **zaist'ovne** – PO, ktoré preberajú riziká od poist'ovní, zjednodušene povedané ide o poistenie poistenia, kedy v prípade veľkého rizika ho poist'ovňa rozdelí medzi viacerých poist'ovateľov formou zaistenia,
- **asociácie** – inštitúcie, ktoré združujú jednotlivé poist'ovne alebo sprostredkovateľov poistenia a organizujú ich spoluprácu, či zabezpečujú ich záujmy,
- **klient** – vystupuje ako poistený, teda sa jedná o osobu (PO alebo FO), ktorej vzniklo na základne uzavretej poistnej zmluvy právo na poistné plnenie v prípade poistnej udalosti. Poistený má takisto okrem práv stanovených poistnou zmluvou aj povinnosť platiť poistné. Vtedy nazývame poisteného aj ako **poistník**.
- **sprostredkovatelia** – medzičlánok, ktorý v určitých prípadoch realizuje vzťah medzi poist'ovňou a klientom. Špecifickou stránkou ich činnosti je poradenstvo, ktoré môže ponúknuť klientom okrem uvedenej škály služieb a nad rámec svojich

---

<sup>2</sup> vid' [9], [12]

povinností viazaných na proces dojednávania a správy poisťnej zmluvy. Poradenstvo je mnohokrát dokonca prevažujúcou stránkou v ich činnosti a týka sa oblastí a okolností, v ktorých nepostačujú klientove vlastné kapacity. Svoju činnosť vykonávajú za úplatu (províziu), ktorá je kalkulovaná v poisťnom. Viacej o kategóriách sprostredkovateľov vypovedá podkapitola 2.2.4.

#### **2.1.4 Faktory ovplyvňujúce poisťný trh**

Klasifikácia poisťného trhu, ako aj trh samotný ovplyvňuje rada vnútorných a vonkajších faktorov:<sup>3</sup>

**Vonkajšie faktory** ovplyvňujú trh zvonka, zaraďujú sa tu najmä makroekonomické veličiny, je teda ich vývoj možné predvídať len s obmedzenou presnosťou. Patria sem:

- *vývoj a objem hrubého domáceho produktu,*
- *vývoj nezamestnanosti,*
- *vývoj inflácie,*
- *počet obyvateľov,*
- *objem výdajov obyvateľstva a ich štruktúra,*
- *situácie na ostatných segmentoch finančného trhu*
- *atď.*

**Vnútorné faktory** ovplyvňujú trh zvnútra a patria sem hlavne štátne zásahy, ktoré sú uskutočňované prostredníctvom štátneho dozoru. Zaraďujeme tu:

- *poisťovaciu a zaisťovaciu činnosť a iné súvisiace činnosti (napr. vytváranie ponuky poistení),*
- *záujem o poistenie vytváraný poistenými (dopyt po poistení),*
- *regulácie poisťného trhu dozorom nad poisťovníctvom,*
- *sprostredkovateľská činnosť sprostredkovateľov poistenia,*
- *činnosť asociácie poisťovní,*
- *atď.*

---

<sup>3</sup> vid' [12]

## 2.2 Obecné princípy poisťovníctva

### 2.2.1 Poisťovníctvo

Poisťovníctvo<sup>4</sup> je odvetvie ekonomiky so špecifickými črtami, ktoré zabezpečujú elimináciu rizík, ktoré ovplyvňujú činnosť ľudí. Toto odvetvie zahŕňa všetky poisťovacie inštitúcie, ktoré sú oprávnené v danej ekonomike vo všetkých formách poistenia podnikateľ.

Predmetom tohto ekonomického odvetvia je tiež regulácia poisťovní zo strany štátu, ktorý dohliada na správnosť vykonávania podnikateľskej činnosti, ďalším predmetom je riadenie poisťovní, kalkulácia poisťného, tvorba technických rezerv, a pod.

### 2.2.2 Riziko a poistenie

Ľudská spoločnosť sa neustále rozvíja. S týmto rozvojom sú nesporne spojené rôzne ekonomické, technické a sociálne premeny, ktoré na jednej strane môžu spôsobovať nárast životnej úrovne, ale na strane druhej tiež nárast nepredvídateľných javov a procesov, ktoré sú často spojené so vznikom nebezpečenstva. Takéto nebezpečenstvo narúša istotu subjektu, a teda hovoríme o vzniknutej neistote. Neistota vystupuje v dvoch formách, kedy hovoríme buď o:

- **pravej neistote**, ktorá nie je merateľná,
- **riziku**, ktoré je merateľné počtom pravdepodobností.

V závislosti na povahe daného procesu alebo javu vznikajú realizáciou príslušného rizika buď:

- výhradne záporné odchýlky od cieľa, kedy sa hovorí o tzv. **čistom riziku** (nebezpečenstvo straty)
- alebo záporné aj kladné odchýlky, kedy je riziko podstupované dobrovoľne (vzniká napríklad v spojitosti so špekuláciami na burze), vtedy hovoríme o **špekulatívnom riziku**.

---

<sup>4</sup> vid' [3]

**Zníženie rizík** je možné zabezpečiť dôkladnou prevenciou. Medzi preventívne opatrenia patrí používanie technických prostriedkov (napr. hasiace prístroje), realizácia organizačných opatrení (napr. normy, smernice), ale aj dôkladná analýza jednotlivých aktivít. Ďalšou, a v tomto prípade kľúčovou alternatívou pre zníženie rizika je *prenos rizika*. Táto voľba môže byť realizovaná buď prostredníctvom rozloženia rizika (napr. jednotlivé činnosti podniku sa rozdelia medzi viacero obchodných spoločností), alebo tiež prenosom celého rizika alebo jeho časti na poisťovňu.

Pojem rizika je úzko spojený s poistením, kedy dochádza k presunu rizika na poisťovateľa. Jedná sa vlastne o tvorbu rezerv na krytie rizík, ktoré nie je ohraničené našporenými prostriedkami účastníka. Poistenie je spojené s rizikom čistým, teda s rizikom poistiteľným, pri ktorých vznikajú náhodné potreby, a pre ktoré existuje možnosť stanovenia pravdepodobnosti vzniku škody a jej ocenenia. Tieto riziká musia spĺňať nasledujúce kritériá:<sup>5</sup>

- ***náhodnosť***,
- ***identifikovateľnosť*** (jasné určenie príčiny poistnej udalosti),
- ***vyčísliteľnosť*** (objektívna, nespojitosť so subjektívnymi pocitmi),
- ***ekonomická prijateľnosť pre poisťovňu a poisteného***,
- ***kritérium nezávislosti*** (jednotlivé riziká musia byť navzájom nezávislé),
- ***kritérium veľkosti*** (pri preberaní rizika do poistenia sa berie do úvahy veľkosť rizika, schopnosť poisťovateľa dané riziko uniesť),
- ***morálne zásady*** (poistenie by nemalo slúžiť ako pomoc vyhnúť sa trestu v súvislosti so zavinením určitých škôd, napr. škody spôsobené v podnapitom stave).

**Poistenie** je chápané ako efektívny spôsob tvorby a rozdeľovania finančných potrieb k úhrade potrieb, ktoré vznikajú z náhodných a nepriaznivých udalostí. Patrí medzi finančné služby, ktorých predmetom je poskytnutá poistná ochrana za úplatu. Je to teda taký vzťah medzi dvoma zmluvnými stranami, pri ktorom je jedna zmluvná strana ochotná odškodniť druhú zmluvnú stranu za poistné v prípade vzniku poistnej udalosti (strata,

---

<sup>5</sup> vid' [3], [4]

škoda, dožitie veku) a v súlade s dohodnutými podmienkami. Plní niekoľko funkcií, medzi ktoré patrí:<sup>6</sup>

- **primárna funkcia** (prenos rizika poisteného na poisťovateľa),
- **akumulačno-redistribučná funkcia** (etapa tvorby poistnej rezervy a výplata peňažných prostriedkov),
- **kontrolná funkcia** (poisťovňa počas celého poistného vzťahu skúma rozsah poistnej udalosti, stanovuje výšku poistnej náhrady a hodnotí priebeh poistenia),
- **stimulačná funkcia** (motivácia poisteného chrániť svoje záujmy a redukovať riziko).

Poistné vzťahy sú takisto založené na niekoľkých typických princípoch. Medzi ne sa zaraďujú princípy:

- **solidarity** (všetci poistení prispievajú svojim poistným na tvorbu rezerv, avšak poistné plnenie je poskytnuté len tým poisteným, ktorým vznikla poistná udalosť),
- **podmienenej návratnosti prostriedkov** (poistná náhrada sa poskytne iba v prípade vzniku poistnej udalosti, ktorá bola v poistnej zmluve vopred dohodnutá),
- **neekvivalentnosti** (výška poistných náhrad nie je závislá od výšky zaplateného poistného).

### 2.2.3 Členenie poistenia

Z hľadiska spôsobu financovania sa poistné vzťahy spravidla uplatňujú prostredníctvom nasledujúcich dvoch poistných systémov:

**a) poistenie v sústave sociálneho zabezpečenia** – je súčasťou verejných financií, zahŕňa úhradu tzv. sociálnych rizík v rozsahu danom rozhodnutím štátu, je koncipované ako poistenie povinné. V ekonomicky vyspelých krajinách je základom poisťovacieho systému štátu povinná účasť občanov v poistení:

- *zdravotnom,*
- *sociálnom,*
- *dôchodkovom.*

---

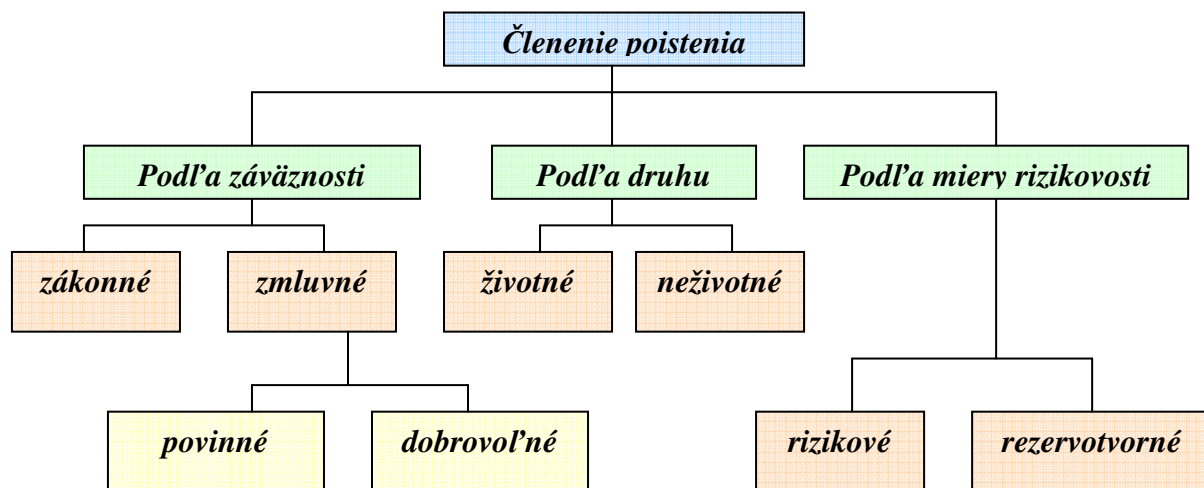
<sup>6</sup> vid' [11]

Z veľkej časti je tento systém založený na neziskovom princípe. Do týchto poisťných vzťahov vstupujú najmä verejnoprávne inštitúcie. Väčšina príjmov, ktoré tieto inštitúcie získajú od občanov vo forme povinného poistného, nesmie byť použitá na podnikateľské účely a musí byť rozdelená v prospech klientov. Pre sociálne poistenie je na rozdiel od komerčného poistenia tiež typické, že sa pri ňom veľkosť poistného nestanovuje v závislosti na riziku, ale je pre všetkých klientov stanovená rovnakým spôsobom.

**b) poistenie komerčné (súkromné)** – toto poistenie je založené na vzťahoch, ktoré sú súčasťou súkromných financií. Zahŕňa krytie rizík ekonomických subjektov (FO aj PO), obvykle v návaznosti na ich rozhodnutia a potreby. Typická pre tento druh systému je zmluvná podoba poistenia. V týchto vzťahoch pôsobia komerčné poisťovne, ktoré majú za cieľ dosiahnuť maximálny výsledok hospodárenia. Časť dosiahnutého zisku poisťovne využívajú na ďalšie podnikateľské aktivity na finančnom trhu a časť získaných výnosov rozdeľujú v súlade s vopred stanovenými podmienkami v prospech svojich klientov.

Produkty poisťovacej činnosti sa však rozčleňujú podľa viacerých kritérií. Základnú klasifikáciu poistenia zobrazuje nasledujúca schéma.

Schéma 2.1 Členenie poistenia



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa [11]

**Podľa záväznosti vzniku poistenia** rozlišujeme:

- **zákonné poistenie**, pri ktorom zákon stanovuje povinnosť poistenia a stanovuje všetky podmienky poistenia. V tomto prípade sa neuzatvára poistná zmluva. V súčasných podmienkach sa zákonné poistenie uplatňuje len v sociálnom systéme poistenia.
- **zmluvné poistenie**
  - o **povinné** – zákon stanovuje síce povinnosť uzatvoriť poistenie, ale podmienky uzatvorenia musia byť konkretizované v poistnej zmluve. (napr. poistenie na zodpovednosť za škodu spôsobenú prevádzkou motorového vozidla).
  - o **dobrovoľné** – závisí od samotných účastníkov poistenia. Na strane poistníka je dobrovoľný záujem o poistenie. Výsledkom je uzatvorenie poistnej zmluvy na základe dohodnutých podmienok.

**Podľa druhu** sa poistenie člení na životné a neživotné poistenie a spadajú pod komerčný systém poistenia:

- **životné poistenie** – zahŕňa krytie rizík ohrozujúcich životy ľudí. V tomto poistení sú kryté dve hlavné riziká, ktorými sú **riziko smrti** a **riziko dožitia**.
- **neživotné poistenie** – kryje celú škálu rizík neživotného charakteru. Zahŕňajú sa tu:
  - o **riziká ohrozujúce zdravie a životy osôb** (úraz, choroby a pod.)
  - o **riziká vyvolávajúce priame vecné škody** (krádež, živelné riziká a pod.)
  - o **riziká vyvolávajúce finančné straty** (napr. úverové riziká)

V praxi sa neživotné riziko delí na dve veľké skupiny :

- o **poistenie majetku**
- o **poistenie zodpovednosti**

**Podľa miery rizikovosti** existujú dva druhy poistení, ktoré sú takisto súčasťou komerčného poistného systému:

- **rizikové poistenie** – existencia vysokej neurčitosti, či vôbec nastane poistná udalosť a v akom rozsahu. Patria sem predovšetkým odvetvia neživotného poistenia (napr. poistenie pre prípad krádeže).
- **rezervotvorné poistenie** – je jednoznačne jasné, že k poistnej udalosti dôjde a poisťovňa bude musieť realizovať poistné plnenie (napr. doživotné poistenie).

#### 2.2.4. *Sprostredkovateľská činnosť v poisťovníctve*

Sprostredkovateľská činnosť zohráva nezastupiteľnú úlohu pri vzniku poistenia. Sprostredkovateľské služby v oblasti poistenia vykonáva interný, či externý poisťný poradca za príslušnú odmenu. Tieto služby spočívajú v ponúkaní, navrhovaní alebo vykonávaní prípravných prác, ktoré následne vedú k uzatvoreniu poisťnej zmluvy. Ďalej títo sprostredkovatelia môžu spolupôsobiť pri správe a plnení takýchto zmlúv, najmä pri vzniku poisťnej udalosti, čím vzniká efektívny zmluvný vzťah medzi subjektmi poistenia.

**Poisťovací sprostredkovatelia** <sup>7</sup> – sú profesionálni a registrovaní zástupcovia poisťovne, ktorých úlohou je dojednávať poistenia v prospech jedného alebo viacerých poisťovateľov. Môže ním byť závislý či nezávislý poisťovací expert – právny subjekt alebo súkromná osoba. Svoju činnosť vykonávajú za províziu, ktorá je zakalkulovaná do poisťného.

Pod osobami oprávnenými vykonávať sprostredkovateľskú činnosť rozumieme:<sup>8</sup>

- **výlučných poisťovacích sprostredkovateľov** (FO, ktoré svoju činnosť zmluvne vykonávajú vždy len pre jednu poisťovňu, sú viazaní vnútornými predpismi poisťovne a sú ňou tiež odmeňovaní),
- **poisťovacích agentov** (vykonávajú sprostredkovanie poistenia pre jednu alebo viac poisťovní na základe zmluvy s nimi a klientom poskytuje priamo ich produkty),
- **poisťovacích maklérov** (poisťovací maklér nie je majetkovo a kapitálovo prepojený so žiadnou poisťovňou. Je nezávislým poradcom svojho klienta, je tu požadovaný vyšší stupeň odbornej spôsobilosti. Maklér spracováva analýzu rizík klientov, vyjednáva na poisťnom trhu optimálne podmienky, sprostredkováva uzatvorenie poisťnej zmluvy),
- **podriadených poisťovacích sprostredkovateľov** (FO, ktoré vykonávajú sprostredkovanie poistenia na základe zmluvy s poisťovacím agentom, poisťovacím maklérom alebo so sprostredkovateľom poistenia z iného členského štátu, sú viazaní ich pokynmi a konajú pod ich menom a na ich účet),
- **spostredkovateľov poistenia z iného členského štátu** (po oznámení úradu sú oprávnení vykonávať sprostredkovanie poistenia v rozsahu v akom sú oprávnení vo svojom domovskom štáte).

---

<sup>7</sup> vid' [5]

<sup>8</sup> viz [13]



## 2.3 Špecifiká poradenstva

S rozvojom tržnej ekonomiky od začiatku 90tych rokov sa dynamicky rozvíja aj sféra služieb. Poradenstvo patrí medzi kľúčové služby v súvislosti s týmto rozvojom. Je to tiež lákavým predmetom podnikania, či už pre FO alebo PO, pre jej jednoduchú zárobkovú činnosť s nižším rizikom. V celosvetovom meradle môžeme z poradenských firiem ako príklad uviesť tzv. „veľkú štvorku“, do ktorej patria spoločnosti KPMG, PricewaterhouseCoopers, Deloitte a Ernst & Young. Tieto firmy pôsobia ako veľké multifunkčné poradenské firmy v oblasti daní, auditu, poisťovacieho poradenstva, atp. Vedľa týchto však existuje celá rada malých a stredných poradenských firiem skladajúcich sa z niekoľko málo osôb alebo dokonca sa môže jednať o jednotlivcov.

### 2.3.1 Poradenstvo ako služba

Poradenstvo<sup>9</sup> sa už dlhodobo uznáva za prospešnú profesionálnu službu, ktorá pomáha analyzovať a riešiť praktické problémy obyvateľstva, či organizácií. S pojmom služba sú teda poradenské činnosti úzko spojené. Služba je poskytovaná formou určitých úžitkov jedného subjektu druhému a po prechode služby nedochádza k prechodu vlastníctva.

Medzi *charakteristické vlastnosti služby* patri:

- **Nehmotnosť** (službu nie je možné pred nákupom posúdiť, kvalitu ohodnotíme až po realizácii),
- **Neoddeliteľnosť** (služby sú viazané na poskytovateľa, ktorý je častokrát súčasťou služby, nemenejkrát aj sám zákazník, dôležitá tu je preto komunikácia),
- **Variabilita kvality služieb** (závislá od toho, kedy a ako sa služba poskytuje, je veľmi závislá na ľudskom faktore),
- **Vyčerpatelnosť** (služby nie je možné uskladiť, nerovnováha dopytu a ponuky).

Poradenstvo ako proces má svoje pravidlá, avšak jeho pojem nie je nikde legislatívne vymedzený. Disponuje metódami a prostriedkami pre pomoc klientovi vyrovnáť sa s problémami. Táto pomoc je poskytovaná za úplatu.

---

<sup>9</sup> vid' [10]

V procese poradenstva nachádzame *dva subjekty*:

- **poradca (poradenská firma)** - osoba, ktorá poskytuje radu a formuluje návrhy riešení, zodpovedá za kvalitu svojich návrhov a doporučení, pri práci vystupuje v *expertnej roli* (ČO je nutné zmeniť) a v *roli procesnej* (odpoveď na otázku AKO),
- **klient** - človek, ktorému je rada a pomoc určená, má rozhodovaciu právomoc, zodpovednosť za implementáciu návrhu poradcu a financuje poradenské služby.

### 2.3.2 *Poradca - jeho princípy, zásady a prístupy*

Poradcovia môžu mať mnohé charakteristické rysy.<sup>10</sup> Avšak odborná kompetencia, poradenské know-how, nezávislosť a profesionálna etika sú kľúčovými charakteristikami ich profesionality. Podľa bežnej koncepcie je teda poradca osoba alebo organizácia spĺňajúca nasledujúce kritéria:

- Poradca ponúka a poskytuje niečo, čo klient nemá, ale chce by získal v rôznych oblastiach znalostí, odborných schopností, skúseností, atp. Môže to byť špičková expertíza v odbore finančného trhu, či napríklad aj bežné know-how v údržbe.
- Poradca je človek, ktorý vie, ako spolupracovať s klientom a pomôcť mu identifikovať a riešiť jeho problémy. Uvedomuje si, že klienti majú rôzne potreby, že predstavujú rôzne osobnosti a môžu byť v spolupráci s poradcami viacej či menej skúsení. Poradca preto využíva rôzne metódy definovania problému a analyzovania jeho príčin, volí medzi jednotlivými alternatívami, prekonáva psychologické, sociologické a komunikačné zábrany a realizuje rozhodnutia.
- Poradca je nezávislý a objektívny radca, ktorý musí byť schopný a ochotný povedať klientovi pravdu a poskytnúť mu úplne nezávislé a nezaujaté stanovisko. Musí byť nezávislý na klientovi. Vlastníctvo väčšiny poradenských firiem sú v rukách poradcov samých a tieto firmy sú teda úplne nezávislé.
- Poradca je človek odhodlaný riadiť sa pravidlami profesionálnej etiky a profesionálneho správania. Pritom môže ísť o oficiálny kódex asociácií poradcov alebo o osobné pravidlá, ktoré si poradca sám pre seba definuje. Dôležité je, aby medzi klientom a poradcom nemohlo dôjsť k nedorozumeniam. Vzťahy medzi klientom a poradcom je predovšetkým založený na vzájomnej dôvere, úprimnosti a poctivosti.

---

<sup>10</sup> vid' [10]

Stať sa poradcom z povolania znamená spraviť významné životné rozhodnutie.<sup>11</sup> Tak ako jednotlivci uvažujúci o svojom povolaní, tak aj poradenské organizácie uvažujú musia preto dôkladne premýšľať o charakteristike, ktorá z niekoho spraví vhodného kandidáta.

Aký typ človeka je schopný vykonávať poradenské služby? Môžeme povedať, že **kvality a schopnosti**, ktoré konzultant potrebuje, spadajú do dvoch rozsiahlych kategórií:

- na jednej strane množstvo intelektuálnych vlastností
- a na strane druhej veľa výnimočných osobných vlastností.

**Schopnosť analyzovať dilemu** – túto intelektuálnu schopnosť poradca potrebuje, pretože sa pravdepodobne častokrát ocitne v situácii, ktorá sa na prvý pohľad bude zdať neriešiteľná. Poradca musí rozoznať, či je dilema reálna alebo nereálna, odhaliť jej povahu a určiť skutočnú príčinu. Na splnenie tejto požiadavky musí mať poradca špeciálny typ diagnostickej zručnosti. Vo chvíľach analýzy dilemy je nutné pochopenie, vnímavosť a intuícia.

**Podstatná je statočnosť** – poradca musí byť profesionálom predovšetkým vlastnosťami a správaním. Aby bol úspešný, musí mať úprimný záujem pomôcť svojmu klientovi. Pri vstupe do klientovho systému je potrebná značná tolerancia. Prvé stretnutie s problémami býva poznačené určitým stupňom prekvapenia. Môže potrváť určitý čas, kým si poradca urobí predstavu o skutočnej situácii. Predvídateľnosť, statočnosť a zmysel pre realitu sú v tomto prípade veľmi cenné vlastnosti.

**Zmysel pre interpersonálne správanie sa** – poradenská činnosť je samozrejme práca s ľuďmi. Poradca musí mať preto dobrú interpersonálnu techniku. Musí byť schopný komunikovať a jednať s ľuďmi v atmosfére taktu, dôvery, zdvorilosti, priateľstva, stálosti. Úspech poradcu závisí od presvedčivosti a taktu, ktorý používa pri konfrontácií.

Dalo by sa bez pochyb povedať, že všetky požadujúce kvality môže mať iba veľmi zrelý a výnimočne schopný človek. Pri náboře nového konzultanta je potrebné preto zvážiť jeho kvality, ktoré už má, a takisto kvality, ktoré bude schopný nadobudnúť, alebo zlepšiť doplnením praktických vedomostí a skúseností.

---

<sup>11</sup> vid' [7]

Etika má silný vplyv na všetko, čo poradca v rámci svojej profesie robí. Existujú súbory etických noriem – tzv. **Etické kódexy** schválené Asociáciou poisťovní, ktoré zdieľajú a neustále uplatňujú príslušníci danej profesie aby zaistili korektné vzťahy na poisťnom trhu. Určujú, čo je vhodné a čo nevhodné správanie pri poskytovaní odbornej služby. Dodržiavanie zásad etiky má podstatný význam pre úspešnosť poradenského procesu a každý poisťovací sprostredkovateľ by ich mal rešpektovať. Pravidlá týchto kódexov si môžu jednotlivé poisťovne a sprostredkovateľské spoločnosti upraviť striktniejšie a vyžadovať vyššie etické nároky. Vždy však musí poisťovací poradca hájiť predovšetkým záujmy klientov, spracovať pre nich vhodné poisťné programy – a to z hľadiska ich potrieb, ale aj z hľadiska ponuky poisťného trhu a musí pri tom rešpektovať platné právne predpisy, uchovávať obchodné tajomstvo klienta a dodržiavať nasledovné zásady:<sup>12</sup>

- *záujem klienta je vždy vyšší než záujem vlastný či záujem trhu,*
- *dodržiavajú zásady mlčanlivosti a dôvernosti týkajúce sa poistenia klientov,*
- *poskytujú úplné, pravdivé, neskreslené a zrozumiteľné informácie o produktoch,*
- *nezjednávajú poistenia so špekulatívnym zámerom,*
- *sú zodpovední za komplexnú analýzu rizík, spracovanie návrhov poisťných programov, poradenskú činnosť, správu poistení a súčinnosť pri poisťnej udalosti,*
- *majú uzatvorené poistenie zodpovednosti za škodu spôsobenú pri výkone činnosti,*
- *sú povinní na požiadanie klienta uviesť výšku svojej odmeny z uzatvorenej zmluvy,*
- *nesmú urobiť nelegálne kroky,*
- *ak sa klient rozhodne zmeniť sprostredkovateľa, je tento povinný vrátiť klientovi všetky jeho materiály,*
- *poradcovia majú aktuálny prehľad poisťného trhu, o jednotlivých poisťiteľoch a ich produktoch,*
- *správajú sa nestranne a profesionálne, vyvarujú sa negatívnych výrokov o iných subjektoch,*
- *dodržiavajú obchodné tajomstvo, a to aj po ukončení svojho pracovného pomeru,*
- *v záujme zvyšovania svojich profesijných znalostí sústavne rozvíjajú svoje vzdelanie.*

---

<sup>12</sup> vid' [8]

Podľa európskej asociácie poradcov v podnikaní (FEACO) a obdobnej americkej asociácie (ACME) by mali poradcovia dodržiavať minimálne týchto **desať zásad**:<sup>13</sup>

1. *Buďte nezávislý na klientovi.*
2. *Ctite verejné záujmy a právo svojej domovskej zeme a zeme klienta.*
3. *Neohovárajte kolegov a ctite status alebo kódex svojej asociácie.*
4. *Neponúkajte to, čo nezvládáte profesionálne.*
5. *Neprezrádzajte dôverné informácie o klientovi.*
6. *Nezneužívajte obchodný tovar, služby a informácie klienta vo svoj prospech.*
7. *Neinzerujte kriľavo.*
8. *Honoráre stanovte podľa vopred zverejneného cenníku alebo podľa pravidiel poradenskej asociácie.*
9. *Neberte a nedávajte provízie za získaných („dohodených“) klientov.*
10. *Neberte diskonty alebo podiely z tržieb klienta súvisiacich s poradenskou službou.*

Milan Kubr pohľad na poradenskú službu obrátil a definoval desatoro pre klienta:

1. *Zbierajte poznatky o poradenstve a poradcoch.*
2. *Definujte svoj problém.*
3. *Definujte si svoj cieľ*
4. *Vyberte si svojho „osobného“ poradcu.*
5. *Vypracujte spoločný program.*
6. *Spolupracujte aktívne.*
7. *Zapojte poradcu do realizácie.*
8. *Sledujte a monitorujte pokrok.*
9. *Vyhodnoťte výsledky a poradcu.*
10. *Vystríhajte sa závislosti na poradcoch.*

Na dnešnom, poistnými sprostredkovateľmi presýtenom trhu nie je vždy jednoduchou otázkou vybrať si toho správneho, a či je vôbec nejaký potrebný. Niekoľko užitočných rád a postupov pri výbere poisťovacieho sprostredkovateľa môžete nájsť na internetových stránkach SASP (viď [14]).

---

<sup>13</sup> viď [10]

Medzi základné techniky práce poradcu patrí aj jeho samotný prístup ku klientovi. V podstate rozoznávame *tri základné typy týchto prístupov*, medzi ktoré patria:

***Dynamický prístup*** – poradca sa snaží pracovať so silami klienta, jeho snahou je reorganizácia identity a integrity klienta na základe riešenia nahromadených konfliktov. Poradca je v tomto prípade akýmsi zrkadlom, ktoré odráža len to, čo klient do procesu prináša. Poradca by sa mal vyhnúť osobným pocitom, postojom a hodnoteniam. Tento poradenský prístup je asymetrický, pripomína vzťah lekár – pacient. Pri práci sa využívajú verbálne pramene, práca s predstavami, s napätím. Práca poradcu je tu často chápaná ako konfrontácia, interpretácia, riadenie, atp.

***Behaviorálny prístup*** – vychádza z predpokladu, že každé riadenie je výsledkom toho, čo sa človek naučil alebo nenaučil. Na tomto fakte je založený poradenský vzťah, ktorý môžeme nazvať edukatívnym a monitoruje vzťah učiteľ – žiak. Hovoríme o cieľavedomom, štruktúrovanom učebnom spojení. Poradca využíva podmieňovanie, posilňovanie, nácvik, tréning, presvedčovanie, atp.

***Experienciálny prístup*** – vníma človeka ako aktívnu bytosť s potenciálom k ďalšiemu rastu, preto sa nesústreďuje na odstránenie symptómov či rekonštrukciu osobnosti, ale zameriava sa na dosiahnutie vyššieho stavu vedomia svojich možností a schopnosť naučiť sa ich využívať. Tento prístup predstavuje stratu zhody medzi vonkajším a vnútorným prežívaním. Vzťah klienta a poradcu je emocionálne nabitý a je založený na ľudskom spojení človek – človek.

U nás však zatiaľ veľkú tradíciu poradenstvo jednej školy nemá a vyskytuje sa viac-menej ojedinele. Väčšina poradcov pracuje eklekticky, symbioticky spája alebo selektívne využíva rôzne poradenské prístupy a metódy. Tento prístup častokrát poradca prispôbuje charakteru problému alebo typu klienta. V súčasnosti je teda bežné, že na jednom prípade poradca pracuje hlbšie, s inými klientmi má behaviorálny vzťah a s tretím prípadom pracuje neštruktúrovane. Poradcovia sa tak flexibilne prispôbujú dynamickým trendom poradenského trhu.

Existencia veľkého množstva nárokov na poradcov pri jedinečnom čare osobnosti každého z nich zvyšuje náročnosť na ich presné vymedzenie. Samozrejmosťou by malo byť kvalitné zodpovedanie otázok na to ako využiť svoje schopnosti, ako získať klientov, ako diagnostikovať problém, ako viesť svoju prax. W. A. Cohen<sup>14</sup> vo svojej knihe uviedol niekoľko *nevyhnutných faktorov, ktoré musí vynikajúci poradca splňať*:

- *Spôsob „u lôžka pacienta“* – schopnosť poradcu vychádzať s klientom. Dôležitý je rozvoj príjemného jednania s klientom tak, aby mal dôveru v to, čo hovorí poradca.
- *Schopnosť diagnostikovať problém* – mimoriadne dôležitý faktor.
- *Schopnosť nájsť riešenie*
- *Komunikačné schopnosti*
- *Marketingové a predajné schopnosti* – výkon poradcu ako súčasť produktu.
- *Manažérske schopnosti*

Tento autor ďalej uvádza **Sedem základných otázok**, na ktoré by sa mal každý poradca behom úvodného rozhovoru opýtať:

1. *Aký problém má byť vyriešený?*
2. *Čo od Vás klient potrebuje?*
3. *Ako sa pozná, že cieľa bolo dosiahnuté?*
4. *Existujú nejaké nevhodné oblasti, na ktoré by ste si mali dať pozor?*
5. *Kto bude hlavnou kontaktnou osobou?*
6. *Budete môcť jednať aj so zástupcami kontaktnej osoby?*
7. *Aké právomoci majú jednotliví hráči?*

Po zodpovedaní týchto otázok poradca lepšie porozumie klientovým problémom a ich odpovede môžu rozhodnúť či danú zákazku prijmete alebo nie. Ďalšie kľúčové intelektuálne schopnosti a osobné vlastnosti požadujúce u dobrého poradcu nájdete v prílohe č.1. K týmto schopnostiam nepochybne patrí aj umenie kvalitnej komunikácie. Tejto oblasti sa venuje nasledujúca podkapitola.

---

<sup>14</sup> vid' [2]

### 2.3.3 *Komunikácia a spolupráca – zlaté pravidlo poradenstva*

Jedným z dôležitých predpokladov úspešnosti a efektívnosti práce s klientom je optimálna komunikácia. Komunikácia je prenos informácie od odosielateľa k príjemcovi za predpokladu, že príjemca informácii rozumie. Je to teda akýsi prostriedok, ktorým sú ľudia v organizácii vzájomne prepojení, aby mohli dosiahnuť spoločný cieľ. Miera a forma spolupráce medzi klientom a poradcom sa od prípadu častokrát líši, nikdy by však nemal chýbať silný duch spolupráce, charakterizovaný zdieľanou túžbou úspešne s dôverou a úctou dokončiť zákazku. Reč je najdôležitejším prostriedkom ľudskej komunikácie a spolupráce a má obrovský vplyv na rozvoj osobnosti. Rozhovor ako dominujúca metóda pri poradenstve môže pri konkrétnej realizácii vykazovať výnimočne veľké kvalitatívne rozdiely. Pritom nie je zaručené, že dlhší pohovor bude tiež lepší. Kvalita závisí predovšetkým na vzťahu k požiadavkám, na štruktúrnosti, na príprave a na technike dotazovania. U série pohovorov, ktorá je pre poradenskú oblasť typická, pribúda šandardizácia.

**Komunikáciu** môžeme chápať ako jednosmerný alebo dvojsmerný prenos myšlienok a informácií, ktorého cieľom je vytvoriť porozumenie v myšliach iných a tým podporiť akciu. Cieľmi komunikácie sú informovať, počúvať a diskutovať.

**Úrovně komunikácie** sa členia do niekoľkých štádií:

- vznik myšlienky, ktorá má pre pôvodcu určitý význam
- kódovanie myšlienky do jazyka, ktorý je zrozumiteľný príjemcovi (gestá, symboly)
- vysielanie zakódovanej správy (reč, odosielanie listu)
- prenos prostredníctvom komunikačného kanála
- príjem správy príjemcom
- dekódovanie správy príjemcom
- pochopenie myšlienky vo význame, ktorý jej prisudzuje príjemca

Pri komunikácii môžu vzniknúť **komunikačné šumy**, resp. komunikačné bariéry. Takáto bariéra môže nastať, ak je myšlienka nelogická, nečitateľná, neprijateľná pre príjemcu, ak nie je vhodne zvolený komunikačný kanál, ak príjemca nie je schopný správu prijať, nevníma časti informácie, zle vidí, zle počuje, atď.



Medzi dve najdôležitejšie *formy komunikácie* patria komunikácia:<sup>15</sup>

- *verbálna a*
- *neverbálna.*

**Verbálna komunikácia** predstavuje vyjadrovanie myšlienok pomocou jazykového znaku alebo významu na neho viazaného. K jednotlivým podobám tejto komunikácie zaraďujeme reč písanú, hovorený dialóg, slovný prejav, monológ.

#### ***Druhy verbálnej komunikácie:***

- ***Aktívne počúvanie*** – od poradcu sa očakáva, že bude klienta počúvať aktívne, bude mu dávať najavo, že ho počúva, bude udržiavať primeraný očný kontakt, signalizovať záujem pokývaním hlavy, jednoducho pritakať, klienta podporovať v komunikácii, atď.
- ***Práca s otázkami poradcu*** – otázky by mali byť formulované jasne a zrozumiteľne. Nie je vhodné dávať klientovi mnoho otázok naraz.
- ***Jazyk v poradenstve*** – poradca by mal hovoriť s klientom jasne, zrozumiteľne, mal by sledovať neverbálne prejavy klienta a čítať z nich pochopenie a naučiť sa overiť, či klient informáciám rozumie. Poradca sa môže stretnúť s rôznymi skupinami klientov, ktorý majú svoj špeciálny slovník (napr. klienti s nárečím), je preto vhodné svoj vlastný slovník o žargóny potenciálnych klientov rozšíriť.
- ***Akceptácia*** – neznamená súhlas s klientom, ale skôr pochopenie klienta, bez toho, aby sa s ním poradca stotožnil.
- ***Empatia*** – schopnosť poradcu vcítiť sa do prežívania klienta, snaha o pochopenie.
- ***Kongruencia*** – poradca by nemal mať problém v otvorenosti a nemal by klientovi protirečiť.

**Podniková reč** - mnohé firmy kladú veľký dôraz na štýl prejavu svojich zamestnancov. V prípadoch, kedy je pre firmu zamestnanec svojim prejavom reprezentatívny, je nutné aby sa podnikovej komunikačnej filozofii prispôbil.

---

<sup>15</sup> vid' [10]

**Neverbálna komunikácia** je veľmi ovplyvnená kultúrou, v ktorej sa pohybujeme. Má pri jednaní s klientom významnú rolu, vyjadrujeme ňou svoje pocity a postoje. Podcenenie môže klienta až odradiť. Neverbálna komunikácia poskytuje príjemcovi ďaleko väčší objem údajov o téme a osobe, ktorá hovorí. Samozrejmosťou je upravenosť poradcu primeraná klientovi. Neverbálna komunikácia zahŕňa komunikačné prostriedky, ktoré nie sú založené na slove. Často býva označovaná ako „reč tela“.

Reč tela predstavuje výstup pre obrovské množstvo nevyslovených myšlienok a pocitov. Schopnosťou čítať reč tela je úzko spätá s citovým porozumením, ktoré niektorí ľudia považujú za najdôležitejšiu intelektuálnu vlastnosť. Obecne platí, že ženy majú vyššiu úroveň citového porozumenia ako muži.

***Prejavy neverbálnej komunikácie:***

- **Mimika** – komunikácia prostredníctvom výrazov tváre. Najmä môžeme vyčítať z výrazu tváre prekvapenie, znechutenie, rozčúlenie, strach, smútok a šľastie.
- **Gestikulácia** – komunikácia prostredníctvom rúk.
- **Haptika** – zdieľanie informácií dotykom. Čestnosť tohto typu prejavu rastie s nárastom dôvery.
- **Proxemika** – priestorové umenie (tzv. sympatická vzdialenosť), popisuje umiestnenie účastníkov v priestore, čo je ovplyvnené vzájomnými sympatiami, či vyjadruje rešpekt na území druhého jedinca. Rozlišujeme distančné pásma na intímnu vzdialenosť (do 45 cm), neformálne osobné pásmo (45 – 120 cm), pásmo sociálne (120 – 360 cm), verejné (od 360 cm).
- **Posturoológia** – komunikácia pomocou postojov a držania tela. Platí, že prekrížené nohy alebo ruky signalizujú obrannú pozíciu. Uvoľnený postoj a noha zakročená smerom k partnerovi sú prejavom náklonnosti.
- **Kinezika** – zaoberá sa významom pohybu pri zdieľaní, pričom súčasťou je gestika študujúca ľudské gestá, pohyby rúk.
- **Paralingvistika** – mimoslovná zložka hlasového prejavu.
- **Metakomunikácia** - obohatenie reči o tón hlasu, pomlky a zvuky. Tiež tu zahrňame hlasitosť reči, výšku tónov, rýchlosť reči, objem a plynulosť reči, intonáciu, atď.
- **Produkcia** – úprava zovňajška, oblečenie, účes.
- **Teritorialita** – zaberanie určitého priestoru.

Štúdie vykonané v Británii a v USA preukázali, že ľudia majú sklony zakladať ich *úsudky o ostatných ľuďoch* na troch nasledujúcich charakteristikách:

- verbálny podtext (7 %)
- hlasový podiel (38 %)
- reč tela (55 %)

Z toho vyplýva že až z 93 % sa úsudok vytvára na základe neverbálnej komunikácie.

### **2.3.4 Poradenský proces**

Poradenský proces<sup>16</sup> zahŕňa obvykle určité aktivity a spoločnú činnosť konzultanta a klienta, ktoré sú namierené na vyriešenie špecifického problému a implementovaní žiaducich zmien. Tento proces má začiatok a koniec. Proces môžeme rozdeliť do niekoľkých fáz. To pomôže zákazníkovi a poradcovi zaujať systematický a metodický prístup prechádzaním od fázy k fáze a od jednej operácie k druhej, ako po sebe logicky a časovo nasledujú:

#### **1. Vstup**

- prvý kontakt so zákazníkom
- predbežná diagnóza problému
- plánovanie zákazky
- zákazkové návrhy zákazníkovi
- poradenská zmluva

V tejto fáze sa začína poradca venovať zákazníkovi. Ide o prvý kontakt, diskusiu o tom, čo by zákazník chcel zmeniť a ako by mu mohol poradca pomôcť, príprava plánu a pod. Jedná sa o fázu prípravnú a plánovaciu.

#### **2. Diagnóza**

- zistenie faktického stavu
- analýza a syntéza fakt
- detailné skúmanie problému

---

<sup>16</sup> vid' [7]

Ide o hĺbkovú diagnózu problému, ktorý má byť riešený, je založená na dôkladnom zistení faktického stavu a jeho analýze. Poradca so zákazníkom behom tohto procesu spolupracuje pri identifikácii potrebnej zmeny.

### **3. Plánovanie akcie**

- *vypracovanie riešení*
- *zhodnotenie alternatív*
- *návrhy zákazníkovi*
- *plán implementácie*

Táto fáza si cieľ kladie nájsť riešenie problému. Súčasťou je práca na alternatívnych riešeniach, zhodnotení alternatív, vypracovaní plánu na implementovaní zmien a predloženie návrhov zákazníkovi k rozhodnutiu.

### **4. Implementácia**

- *pomoc pri implementácii*
- *úprava návrhov*
- *školenie*

Fáza konzultácie, ktorá predstavuje skúšku pre relevanciu a vhodnosť návrhov vypracovaných poradcom v spolupráci s jeho zákazníkom. Zmeny, ktoré boli navrhnuté sa stávajú skutočnosťou.

### **5. Ukončenie**

- *zhodnotenie*
- *záverečná správa*
- *vysporiadanie záväzkov*
- *plány na ďalšiu spoluprácu*
- *odchod*

Posledná fáza procesu. Poradcov výkon behom zákazky, zvolený prístup, uskutočnené zmeny a dosiahnuté výsledky musia byť zhodnotené zákazníkom, a tiež poradenskou organizáciou.

### 2.3.5 Metodika zhodnotenia – SWOT analýza

SWOT analýza<sup>17</sup> je nástrojom na posúdenie územia, odvetvia, podniku alebo jeho cieľovú skupinu aktivít. Názov SWOT vznikol skrátením anglických slov *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* a *threats*, čo v preklade znamená *silné stránky podniku, slabé stránky podniku, jeho príležitosti a jeho ohrozenia*. SWOT analýza berie ohľad ako na externé, tak aj na interné faktory.

Hlavnou ideou analýzy SWOT je využitie informácií, ktoré ponúka k eliminácii slabých stránok a hrozieb za pomoci silných stránok a strategických príležitostí. Tento prístup je základným stavebným kameňom úspešnej aplikácie analýzy v praxi. Každá slabina, či hrozba, by mala mať v návrhu svoje opatrenie, ktoré ju eliminuje.

Schéma 2.2 Stratégie SWOT analýzy

		Interná analýza	
		S – silné stránky	W – slabé stránky
Externá analýza	O – príležitosti	Stratégia <b>SO</b>	Stratégia <b>WO</b>
	T – hrozby	Stratégia <b>ST</b>	Stratégia <b>WT</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa [15]

**Stratégia SO** – využiť silné stránky na získanie výhody

**Stratégia WO** – prekonať slabiny využitím príležitostí

**Stratégia SW** – využiť silné stránky na čelenie hrozbám

**Stratégia WT** – minimalizovať náklady a čeliť hrozbám

**Silné stránky** sú pozitívne vnútorné podmienky, ktoré umožňujú firme získať prevahu nad konkurentmi. Organizačnou prednosťou je jasná kompetencia, zdroj alebo schopnosť, ktorá umožňuje firme získať konkurenčnú výhodu na trhu. Dobré finančné vzťahy, silný imidž, vysoko talentovaní zamestnanci, to sú všetko prednosti.

<sup>17</sup> vid' [15]

**Slabé stránky** sú negatívne vnútorné podmienky, ktoré môžu viesť k nižšej výkonnosti. Nedostatkom môže byť absencia dôležitých schopností, neatraktívne produkty, zlý imidž, zlá podniková klíma, nízka ziskovosť a pod.

*Silné a slabé stránky* môžu byť analyzované predovšetkým v oblastiach finančnej sily podniku, výskumu a vývoja, produktovej politiky, úroveň manažmentu, organizácia podniku, imidž podniku alebo produktu, atď.

**Príležitosti** sú súčasné alebo budúce podmienky v prostredí, ktoré majú tendenciu priaznivosti pre firmu. Priaznivé podmienky môžu obsahovať zmeny v zákonoch, ktoré zvýšia konkurencieschopnosť firmy, rastúci počet zákazníkov, atď. Príležitosti sú vo väčšine chápané ako príležitosti, ktoré pomôžu podniku neutralizovať hrozby, jednak ako vlastné rozvojové príležitosti vyplývajúce z charakteru okolia. V druhom prípade bude charakter príležitostí závislý na tom, či pôjde o odvetvie vo fáze zrelosti, odvetvie na vzostupe alebo či pôjde o medzinárodné alebo dokonca globálne trhy.

**Hrozby** (riziká) sú súčasné alebo budúce podmienky v prostredí, ktoré sú nepriaznivé pre firemné súčasné alebo budúce výstupy. Nepriaznivými podmienkami býva vstup silného konkurenta na trh, pokles počtu zákazníkov, zmena legislatívnych nariadení, zraniteľnosť v recesii, pomalší rast trhu, meniace sa potreby zákazníkov alebo problémy so spoluprácou partnerských spoločností.

Slabé a silné stránky väčšinou vyplývajú z internej analýzy, príležitosti a hrozby z externej analýzy. Nie je to však pravidlom. To je určité obmedzenie SWOT analýzy, pretože niekedy je veľmi ťažké rozhodnúť, či určitý jav znamená príležitosť alebo hrozbu, alebo či je slabou alebo silnou stránkou. Často tiež dochádza k prílišnej formalizácii pri použití tejto metódy, takže sa do úvahy nevezmú zásadné zmeny, ktoré vyžadujú úplne nové strategické prístupy.

### **3. Popis poradenskej firmy a analýza jej činností v poisťovacej sfére**

Táto kapitola je analytickou, resp. praktickou časťou bakalárskej práce. Jej účelom bude predstavenie konkrétnej firmy, jej činností a analýza týchto činností v oblasti poradenstva a poisťovníctva. Táto časť bude založená na dátach a informáciách z internetových stránok vzťahujúcich sa ku konkrétnej firme, z článkov uverejňovaných v odborných firemných periodikách, ale predovšetkým z osobných skúsenosti sprostredkovateľov. Konkrétny systém a postup poradenských činností bude analyzovaný metódou deskripcie na základe popisu sprostredkovateľov firmy zo slovenskej pobočky v Čadci. V závere kapitoly bude použitá metóda SWOT analýzy za účelom zhodnotenia týchto činností.

#### **3.1 Predstavenie firmy OVB Allfinanz, a. s.**

Spoločnosť OVB Allfinanz, a. s. (ďalej len OVB) je poprednou poradenskou spoločnosťou s agentskou licenciou v oblasti finančných služieb v Európe už od roku 1970. V roku 2006 začala obchodovať so svojimi akciami na Frankfurtskej burze cenných papierov a v roku 2007 sa stala právoplatným zakladajúcim členom Asociácie finančných sprostredkovateľov. V roku 2008 dosiahla spoločnosť OVB so svojimi dcérskymi spoločnosťami provízne príjmy vo výške 260,2 mil. EUR a tiež EBIT vo výške 28,8 mil. EUR, čo jej zaistilo na Slovensku, v Českej republike a v ďalších krajinách prestížne prvenstvo na finančno-poradenskom trhu. V súčasnosti je pod opaterou spoločnosti OVB viac než 2,78 milióna privátnych i korporátnych klientov, pričom pre koncern pracuje približne 4 800 finančných poradcov na plný úväzok. Spoločnosť je zastúpená v týchto krajinách: Nemecko, Rakúsko, Česká republika, Slovensko (od roku 1993), Poľsko, Chorvátsko, Maďarsko, Grécko, Švajčiarsko, Taliansko, Rumunsko, Španielsko, Francúzsko a Ukrajina. V budúcnosti sa však ráta s ďalšou expanziou.

**Obchodnou činnosťou** tejto spoločnosti je sprostredkovanie produktov v oblasti poistenia, kapitálových vkladov a stavebného sporenia rôznych partnerských spoločností.

Spoločnosť OVB spolupracuje s viac než 100 produktovými partnermi z európskych a svetových finančných inštitúcií a je tak klientom z celej Európy schopná ponúknuť akúkoľvek stratégiu v oblasti investícií a finančného zabezpečenia. Zoznam obchodných partnerov pre Slovenskú republiku sa nachádza v prílohe č. 2.

### **3.1.1 Produkty spoločnosti OVB na slovenskom trhu**

V oblasti **sporenia, investícií a poisťných produktov** spoločnosť ponúka širokú škálu produktov:

- *Doplňkové dôchodkové sporenie*
- *Investície do otvorených podielových fondov*
- *Stavebné sporenie pre fyzické i právnické osoby*
- *Účelové/dôchodkové sporenie*
- *Investičné životné poistenie*
- *Cestovné poistenie*
- *Dôchodkové poistenie*
- *Kapitálové životné poistenie*
- *Komplexný celoživotný poisťný program*
- *Poistenie budov vo výstavbe*
- *Poistenie bytov v osobnom vlastníctve*
- *Poistenie bytových domov*
- *Poistenie denných dávok pri pracovnej neschopnosti*
- *Poistenie detí a mládeže*
- *Poistenie domácnosti*
- *Poistenie pre prípad hospitalizácie*
- *Poistenie pre prípad trvalých následkov*
- *Poistenie pre prípad vážneho ochorenia*
- *Poistenie rekreačných chát a chalúp*
- *Poistenie rodinných domov*
- *Poistenie zodpovednosti zamestnanca*
- *Povinné zmluvné poistenie zodpovednosti za škodu spôsobenú prevádzkou motorového vozidla*
- *Havarijné poistenie*
- *Rizikové životné poistenie*
- *Rodinné poistenie*
- *Štipendijné poistenie*
- *Úrazové poistenie osôb*
- *Venové poistenie*



### 3.2 Ako sa stať poradcom firmy OVB

Mnoho ľudí v dnešnej dobe hľadá alternatívy v povolaniach a nové výzvy. Príčiny sú rôznorodé:

- *narastajúca neistota v povolani,*
- *málo skutočných šancí na kariéru,*
- *stagnujúce príjmy,*
- *nespokojnosť s podmienkami, s vedúcim,*
- *z nedostatočnej perspektívy rastu, vzdelávania,*
- *predčasný dôchodok a ďalšie.*

Nábor potenciálnych poradcov firmy OVB prebieha viacerými spôsobmi:

- *inzerátom,*
- *priamym oslovením na ulici,*
- *chatom na internete,*
- *studeným telefónnym kontaktom,*
- *oslovením kamaráta,*
- *odporúčaním od klientov,*
- *klient sa stáva poradcom,*
- *vlastnou iniciatívou záujemcu.*

Záujemcovia absolvujú dva vstupné pohovory s obchodným vedúcim (cca. 20-30 min.) a následne sériu vstupných školení. Pri prvom kontaktnom pohovore sa zisťujú formou ankety dôvody prečo chce záujemca vykonávať túto prácu. Medzi najčastejšie odpovede patria:

- *vyšší príjem,*
- *viac samostatnosti,*
- *lepšie šance na postup,*
- *viac vplyvu,*
- *zaujímavá činnosť,*
- *viac uznania,*
- *pružný pracovný čas,*
- *lepšia pracovná atmosféra,*
- *iný štýl vedenia.*

Obchodný vedúci oboznámi záujemcov s pracovnou náplňou a ostatnými podmienkami práce. Následne sa záujemca rozhodne či chce absolvovať druhý vstupný pohovor. Obchodný vedúci má právo užšieho výberu uchádzačov, to znamená, že nie každý záujemca sa ho bude môcť zúčastniť. Obsahom druhého pohovoru je oboznámenie s kariérnym postupom a kariérnym rastom uchádzača. Systém kariéry poradcov spoločnosti OVB je znázornený v prílohe č. 3.

Na základe ďalšieho užšieho výberu nasleduje séria vstupných školení, na ktorých sa záujemcovia oboznamujú s prieskumom finančným trhom (banky, poisťovne, leasingové spoločnosti, dôchodcovské správcovské spoločnosti, doplnkové dôchodkové sporenie, burza, atď.) a so systémom práce. Spoločnosť OVB sa riadi tzv. „**Systémom K-A-P-S**“, čo znamená:

**K** – *kontakt* – medzičlánok PFT

**A** – *analýza*

**P** – *poradenstvo*

**S** – *servis*

Tento systém ako poradenský proces budem podrobnejšie rozoberať v podkapitole 3.3.

Poslednou podmienkou pre získanie ***Osvedčenia o zápise do registra sprostredkovateľov poistenia a sprostredkovateľov zaistenia*** je účasť na dvojdnovom seminári, ktorého účel je školenie záujemcov za účasti okresných vedúcich a krajského riaditeľa. Potrebné doklady ktoré je nutné pri registrácii doložiť sú odpis z registra testov (nie starší ako tri mesiace), doklad o vzdelaní (minimálne stredoškolské vzdelanie bez maturity), čestné vyhlásenie o bezúhonnosti, fotokópia OP, podpísaná zmluva o sprostredkovaní s OVB. Toto osvedčenie vydáva NBS a slúži ako doklad pre výkon podnikateľskej činnosti. Jeho vzor je k nahliadnutiu v prílohe č. 4.

Poradca v tejto chvíli môže začať svoju poradenskú činnosť. Chodí na pravidelné stretnutia so svojim obchodným vedúcim ohľadom konzultácií svojej činnosti. Taktiež sa pravidelne zúčastňuje všetkých informačných školení a pravidelne je informovaný o všetkých zmenách a produktoch finančného trhu.

### 3.3 Poradenský proces poistenia – Systém K-A-P-S

Úlohou finančného poradcu je správne rozloženie portfólia klienta. Neoddeliteľnou súčasťou tohto portfólia je správne zabezpečenie pre nepredvídateľné udalosti. Klient musí mať vždy a za každých okolností dostatočné množstvo finančných prostriedkov pri nízkej miere rizikovosti. Za týmto účelom sa uzatvárajú životné a neživotné poisťovacie zmluvy vždy na základe potrieb a požiadaviek klienta. Poradca sa snaží po vzájomnej konzultácii poskytnúť klientovi dostatočné množstvo informácií v nadväznosti na konkrétne produkty, ktoré ponúkajú jednotlivé poisťovacie spoločnosti a snažia sa vybrať tie, ktoré najviac vyhovujú klientovým požiadavkám a potrebám.

Poradenský proces firmy OVB je založený na už spomínanom *systéme K-A-P-S*, ktorého jednotlivé fázy sú ***kontakt, analýza, poradenstvo a servis***.

#### 3.3.1 Kontakt

Kontaktom rozumieme prvú komunikáciu s klientom. Neexistuje druhá šanca spraviť prvý dojem. Tohto hesla sú si poradcovia vedomí a preto je pre nich základným predpokladom dobrá príprava na kontaktný rozhovor. Ten sa môže uskutočniť osobne, telefonicky, alebo prostredníctvom internetu. Jeho cieľom je zaujať a dohodnúť ďalšie stretnutie. Preto sa každý poradca firmy OVB musí pridržovať týchto ***zásad***:

1. ***Mať správny postoj*** - pri rozhovore s klientom si v prvom rade musí poradca položiť otázku „Ako môžem klientovi pomôcť?“ Ak mu bude ponúknutá výhoda, bude so stretnutím súhlasiť.
2. ***Byť sebavedomý*** – v poradcovi musí horieť to, čo chce v klientovi zapáliť. Ak klient spozná, že je poradca o myšlienke OVB naplno presvedčený, jeho nadšenie sa automaticky preniesie na neho.
3. ***Vyjadrenia poradcu sú konkrétne orientované na klienta*** – jasnými výpoveďami vyžaruje istotu, ktorá sa preniesie na klienta.
4. ***U klienta vzbudiť záujem*** – kontakt pomocou metódy SAVJ = stručne a veľmi jednoducho.
5. ***Usmievať sa*** – úsmev pri akomkoľvek kontakte sem vždy patrí.
6. ***Akceptovať svoj strach*** – je prirodzený, tam kde je strach, je aj cesta k úspechu.
7. ***Každý telefonát je posun d'alej*** – buď poradca cieľ dosiahol, alebo ma za sebou bezplatné školenie. Klient je tým najlepším školiteľom.

**Každý kontaktný rozhovor musí mať štruktúru.** Platí to aj pre rozhovory spoločnosti OVB, a je zhrnutá do týchto častí:

**1. Príprava** – je základným predpokladom úspechu. Do každého rozhovoru sa vstupuje s pozitívnym myslením. Poradca sa intenzívne zaoberá obsahom rozhovoru. Všetky potrebné podklady, ako aj termínovací kalendár má po ruke. V hlase má príjemný tón a postará sa o príjemnú atmosféru.

**2. Pozdrav a predstavenie sa** - poradca má dobrú náladu, klienta pozdraví jeho menom a predstaví sa svojim celým menom. Ak vystihne nevhodný moment, dohodne si nový termín na zavolanie, kedy to bude vhodnejšie. Vytvára dobrú náladu, aby sa klient cítil príjemne.

**3. Zahájenie rozhovoru** – klientovi poradca v krátkosti vysvetlí prečo mu volá, môže ísť o telefonát na odporúčanie, telefonát známemu alebo telefonát naslepo.

**4. Vzbudenie záujmu** – argumentácia výhodami. Poradca sa zaoberá osobnou situáciou klienta. Každý človek má ciele, tieto môže dosiahnuť rýchlejšie a lepšie.

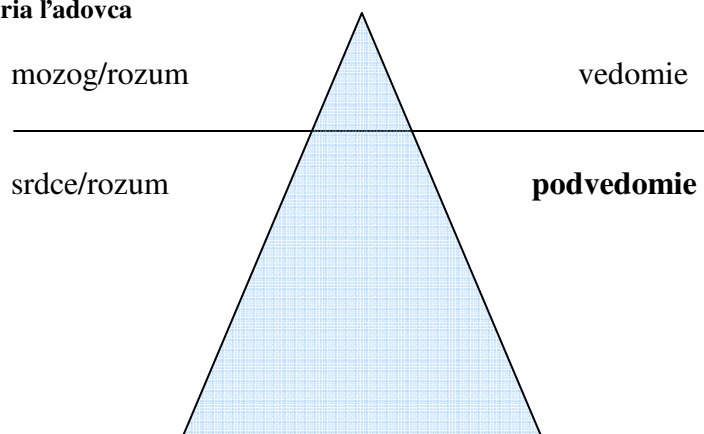
**5. Spracovanie námietok** – na námietky sa treba pozerat' ako na niečo normálne. Znamená to, že klient nemá dostatočné množstvo informácií. Treba mať pochopenie pre jeho reakciu, je to signál, že klient sa berie seriózne. Je nutné ostať vždy pokojný, vecný a istý. 99 % všetkých námietok sú reakcie zo strachu pred zlým rozhodnutím, mnohí ľudia čakajú len na výzvu ku konaniu.

**6. Dohodnutie stretnutia** – je cieľom každého kontaktného rozhovoru. Telefonát sa končí priateľsky, v dobrej nálade, aby sa naskytla možnosť zavolať aj druhýkrát.

**7. Zhrnutie, potvrdenie si termínu, záverečná motivácia** – vďaka stratégii bude mať klient dobrý pocit. V poslednej časti kontaktného rozhovoru by sa mal poradca preukázať ako spoľahlivý partner pre klienta.

„**Teória ľadovca**“ – je v spoločnosti OVB rešpektovanou teóriou Sigmunda Freuda. Podľa neho možno utváranie ľudského vedomia porovnať s ľadovcom, z ktorého vidíme len 10-20 % a zvyšná časť 80-90 % je „pod vodou“. Podobne skryté sú aj niektoré oblasti ľudského vedomia, ako pocity a pudy.

**Schéma 3.1 Teória ľadovca**



Zdroj: Príručka úspechu I, OVB Akadémia vzdelávania, interný materiál spoločnosti

*Teória ľadovca ako komunikačný model* objasňuje, že význam slov v prejave človeka v rámci komunikácie je len tou „špičkou ľadovca“. „Odosielať“ oznamuje podvedome oveľa viac ako samotnými slovami.

Avšak význam **verbálnej komunikácie** je v poradenskom procese nenahradiateľný. Jeho neoddeliteľnou súčasťou by malo byť aktívne počúvanie klienta, to znamená načúvať a brať klienta vážne. Každý človek považuje svoje predstavy za dôležité a správne.

- *Je nutné nechať klienta, aby sa vyrozprával, aby mal možnosť vysloviť i svoje vedľajšie vety, z ktorých sa dajú vyčítať dôležité informácie.*
- *Záujem klienta poradcu prebudí predovšetkým uvádzaním príkladov s konkrétnymi číslami, takže v tomto prípade je význam hovoreného slova nezastupiteľný.*
- *Poradca môže zjednodušovať a používať rôzne slogany ako v reklamách a tým taktiež vzbudiť záujem.*
- *Podstatné a motivačné je klientovi rozprávať viacej o tom, čo by chcel (výnosy, istoty, výhody,...), než čo by nechcel (platiť, náklady, poplatky,...).*
- *Tajomstvo úspechu je pochopiť stanovisko klienta a vidieť veci jeho očami, brať jeho potreby seriózne a vážiť si jeho hodnoty.*
- *Dôležitejšie, než rozprávať je klásť otázky.*
- *Pravidlom je nepýtať sa klienta, či chce dohodnúť termín, ale na kedy chce dohodnúť termín.*

Mozog v zlomku sekundy rozhoduje o tom, či je človek sympatický a dôveryhodný. Preto je dôležité, aby poradca svoj vonkajší vzhľad optimálne upravil a tým na seba pozitívne upozornil. Význam **neverbálnej komunikácie** je oveľa väčší než hovorené slovo.

#### ***Upravený vzhľad má dobrý ohlas***

- *čisté ruky, upravené vlasy*
- *príjemná vôňa*
- *primerané oblečenie, čisté zachované topánky*
- *bez šperkov (páni), málo šperkov (dámy)*

#### ***Komunikácia bez slov – reč tela***

- *pohľad do očí*
- *príjemný stisk rúk, vzpriamené držanie tela*
- *šetrná gestikulácia a „viditeľné“ ruky*
- *súhlas prikývnutím hlavy, úsmev*
- *sedenie tvárou ku klientovi*

#### ***Pracovné pomôcky***

- *kultivovaný pracovný obal, usporiadané podklady, termínovací kalendár*
- *pero bez reklamy, náhradné pero, kalkulačka*
- *čisté auto*

V rámci rozhovoru s klientom ide predovšetkým o vybudovanie si *dôvery*. Dôvera klienta sa získava len vtedy, keď sú oslovené jeho city. Ráta sa hlavne poradcov *outfit* (upravený a primeraný vzhľad), *pozitívne vyžarovanie*, *nadšenie a profesionálne správanie*.

### **3.3.2 Medzičlánok PFT – Prieskum finančného trhu**

Účelom medzičlánku je oboznámiť klienta s rozsahom práce poradcu na finančnom trhu. Každá zložka finančného trhu pracuje systémom pravidla 20 na 80. To znamená, že len 20 % produktov je výhodných pre klienta, zvyšok je výhodný pre poskytovateľa. Poslaním celého poradenského procesu je výber práve z tých produktov, ktoré sú pre klienta najvýhodnejšie. Najdôležitejšou zložkou finančného trhu

je klient a poradcovia pracujú vždy v jeho záujme. Spoločnosť OVB spolupracuje len so spoločnosťami s vysokým ratingom.

*Príklad:* Poist'ovňa 1, Poist'ovňa 2, Poist'ovňa 3 poskytujú každá tieto produkty – cestovné poistenie, životné poistenie, poistenie domu. Každá s rôznou výhodnosťou. Účelom poradcu je rozložiť poistenie do troch poist'ovní podľa výhodnosti pre klienta.

**Schéma 3.2 Podstata poist'ovacieho poradenstva**

	<i>Cestovné poistenie</i>	<i>Životné poistenie</i>	<i>Poistenie domu</i>
<i>Poist'ovňa 1</i>	O	X	X
<i>Poist'ovňa 2</i>	X	O	X
<i>Poist'ovňa 3</i>	X	X	O

*Legenda:* O – produkt výhodný pre klienta X- produkt výhodný pre poist'ovňu

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa konzultácie s poradcom

### 3.3.3 Analýza

Ťažiskom tejto časti je vypracovanie finančnej analýzy klienta. Finančná analýza je najúčinnnejším nástrojom poradenského procesu. Komplexne spísaná analýza je základom pre rozsiahle a dlhodobé poradenstvo. Cieľom je čo najrýchlejšie dosiahnuť klientove predstavy. Obálka alebo titulná strana analýzy je zobrazená v prílohe č. 5. *Na strane 3 je vysvetlený účel finančnej analýzy.* Sprostredkuje prvý dojem o spoločnosti OVB a približuje náplň práce poradcu.

#### **Klient.**

- na dvojstránke 4-5 klient uvádza svoje osobné údaje, prípadne číslo telefónu, zdravotnú poist'ovňu, lekára, výšku a váhu, fajčiar, nefajčiar, ďalej svoju pracovnú situáciu, t.j. zamestnávateľa, povolanie, pozíciu, atď. Tieto údaje sú dôležité pri vypisovaní poistných a ostatných zmlúv. V zmysle zákona o ochrane osobných údajov je poradca povinný od klienta vyžiadať súhlas s používaním a spracovaním jeho osobných údajov na účely poradenstva. Poradca garantuje klientovi, že jeho

informácie budú v dobrých rukách a tým položí základný kameň pre vzájomný dôveryhodný vzťah.

### ***Aké ciele a prania máte?***

- je nasledujúca dvojstránka 6-8, kde klient krížikom zaznačuje, ktoré témy ho zaujímajú. Napríklad zabezpečenie blízkych, dôchodku, investície, tieto ciele môže klient vyriešiť investičným alebo kapitálovým životným poistením.

### ***Situácia klienta.***

- na strane 9-15 sa s klientom rozoberie situácia ohľadom bývania, zabezpečenia príjmu, dôchodku, zabezpečenia detí, domácností a zhodnocovania financií. S klientom sa prediskutuje jeho momentálna situácia, napr. ako momentálne býva, ako chce bývať v budúcnosti, aké prania by si chcel splniť zo svojho príjmu, aký majetok vlastní, aký je jeho vzťah k investičnému riziku, či má vytvorené finančné rezervy, ako si predstavuje svoj dôchodok, ktoré daňové zvýhodnenia a podpory využíva, ktoré ciele sú pre neho najdôležitejšie, či má poistenie motorového vozidla, poistenie na cestách, právnu ochranu. V priebehu analýzy klient dôkladne premýšľa o rozličných témach, z toho dôvodu môžu byť pre neho odrazu dôležité úplne iné ciele a prania ako na začiatku rozhovoru. V každom prípade ich poradca neporovnáva s cieľmi a prániami vyslovenými predtým. Teraz ide o to, ako určiť ďalšie kroky – a nie o test alebo o porovnanie pred a po. Po určení konkrétnych cieľov pôjde o investičné možnosti klienta. Na záver si poradca spolu s klientom dohodne ďalší termín.

### ***Testy.***

- dvojstránka 16-17 je venovaná dvom testom. Prvý test má názov Aký ste investor? Jeho účelom je zistiť investičný rizikový profil klienta a aký typ investovania je pre neho vhodný, či konzervatívny, vyvážený alebo dynamický. Druhý test s názvom Vaše zamestnanie je zameraný na zistenie či súčasná práca klienta mu umožní splnenie plánov a prání.



### **Audit.**

- strany 18-21 sa zaoberá rozložením aktív a pasív klienta. Klient predloží poradcovi všetky doposiaľ uzatvorené zmluvy (bankové účty, poisťné zmluvy, úvery,...) a poradca spraví audit zmlúv, čo znamená posúdenie ich výhodnosti.

### **Prehľad príjmov a výdavkov klienta.**

- strana 22-23 - poradca z nich zistí celkové príjmy a výdavky klienta, ktoré sú nevyhnutné na správne rozloženie portfólia.

Strany 24-25 sú zamerané na **poznámky**, záznamy a termíny. Na strane 26 sa nachádza **povinný zoznam príloh**, to znamená všetky dokumenty podpísané klientom alebo poradcom.

### **Odporúčania.**

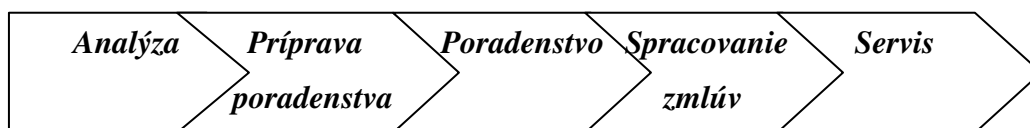
- na strane 27 je miesto určené pre odporúčania. Ak je klient spokojný, nerobí mu problém odporučiť poradcu svojim známym. Získané odporúčania môžu priniesť nielen nových klientov, ale aj budúcich spolupracovníkov. Každý rozhovor je rozhovor s odporúčaniami. Ak klient poskytne poradcovi odporúčania, znamená to, že mu dôveruje, váži si jeho prácu, chce mu pomôcť a chce pomôcť iným.

Pravdivo a úplne vyplnená finančná analýza je základným predpokladom dobre rozloženého portfólia klienta a dobrého finančného poradenstva.

### **3.3.4 Poradenstvo**

Štandardný všeobecný obchodný postup spoločnosti OVB vyzerá nasledovne:

**Schéma 3.3 Obchodný postup**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa interného materiálu spoločnosti OVB

**V prvom kroku** poisťovacieho poradenstva poradca zisťuje všetky informácie potrebné pre poskytnutie investičného poradenstva v oblasti životného poistenia. Zisťuje investičný cieľ (na čo budú financie použité), finančnú situáciu klienta a rizikový profil. Všetky tieto skutočnosti má vypracované vo finančnej analýze.

**Druhým krokom** je príprava poradenstva. Poradca pripraví návrh riešenia klientovej požiadavky. Konkrétne návrh poistnej zmluvy, možnú cieľovú sumu investície, poprípade druh pripoistení (napr. úrazové pripoistenie) a poistné podmienky.

**Tretím krokom** je samotné poradenstvo. Poradca tu prezentuje klientovi navrhované riešenie, poskytuje klientovi všetky potrebné informácie, vysvetlí a odovzdá v listinnej forme poistný návrh, poistné podmienky, investičný rizikový profil, poistný protokol a súhlas s poskytnutím osobných údajov. Klient všetky údaje skontroluje a na znak svojho súhlasu ich podpíše. Zo všetkých písomností si klient ponecháva kópiu, takisto ako poistný poradca. Originály poradca zasiela na centrálu OVB, ktorá ďalej tieto písomnosti spracováva a odosiela ich priamo do poisťovacích spoločností.

Spracovanie zmluvy je **štvrtým krokom**. Podľa predchádzajúceho bodu sa rozumie pod spracovaním poistnej zmluvy jej odovzdanie so všetkými povinnými prílohami na spracovanie ihneď v nasledujúci deň. Všetky odoslané písomnosti musia obsahovať meno, adresu, MA číslo a kontakt poradcu poistenia, jeho PSP číslo a podpis.

***Nevyhnutné súčasti poistnej zmluvy:***

- *Súhlas s poskytnutím osobných údajov* – zasiela sa s prvou zmluvou
- *Investičný rizikový profil* – zisťuje sa v ňom, aký typ investora je klient (konzervatívny, vyvážený, dynamický), zasiela sa s každou novou zmluvou.
- *Poistný protokol* – uvádzajú sa požiadavky a potreby klienta, návrhy, riešenia a poskytnuté informácie. Tento protokol sa takisto vypracováva s každou novou zmluvou.

Všetky tri formuláre sú k nahliadnutiu v prílohe č. 6

### 3.3.5 Servis

Všetky doklady, ktoré ostávajú u poradcu sú založené k finančnej analýze a zaznamenané do zoznamu príloh. S odstupom niekoľkých týždňov poradca skontroluje u klienta, či bola poisťná zmluva správne spracovaná a či klient obdržal všetky doklady. Morálnou aj profesionálnou povinnosťou každého poradcu je ďalší servis klienta, poradca sleduje vývoj finančného trhu a informuje svojho klienta o zmenách, prípadne ďalších možnostiach ako využiť tento trh v jeho prospech. Poradca je k dispozícii klientovi v prípade možných dotazov a potrieb klienta. Sám kontaktuje klienta, aby mal pocit, že sa má v ekonomických a poradenských otázkach vždy o koho oprieť. Klient musí mať pocit, že jeho finančný poradca mu je vždy nablízku a ochotný pomôcť.

## 3.4 SWOT analýza poradenského procesu firmy OVB

V predchádzajúcej kapitole som na základe konfrontácie s poradcami rozobrala po jednotlivých častiach poradenský proces firmy OVB. Následne som z tohto rozboru a ďalších konzultácií čerpala informácie pre zistenie silných a slabých stránok firemného poisťného poradenstva, jeho príležitosti a hrozieb. Jednotlivé faktory vzťahujúce sa k analyzovaným vnútorným a vonkajším faktorom podniku sú zoradené v nasledujúcej tabuľke hierarchicky podľa ich dôležitosti a sily vplyvu na podnikové činnosti. Pre tieto účely som si stanovila škálu významnosti jednotlivých faktorov 1-5, kedy 5 znamená maximálnu významnosť daného faktoru, 1 potom významnosť dostačujúcu pre zahrnutie faktoru do vytváratej podnikovej stratégie. Na základe predchádzajúcej analýzy postupu poradenského postupu a ďalších konfrontácií s poradcami spoločnosti OVB som zhodnotila významnosť jednotlivých faktorov a priradila im na uvedenej škále hodnotu.

Swot analýza by mala pomôcť zodpovedať otázku, do akej miery súčasná realita podniku zodpovedá plneniu vízie a pôvodného poslania podniku.

*Cieľmi a poslaním spoločnosti OVB je budovať štruktúrálnu firmu, jej prvenstvo na finančnom trhu pred konkurenčnými firmami (či už z hľadiska vysokej ziskovosti alebo z hľadiska celkového imidžu a rastu) v nadväznosti na finančnú nezávislosť poradcov a v prvom rade ich klientov. Poskytovať vždy a za každých okolností kvalitné poradenstvo, učiť klientov finančnej gramotnosti, čo im umožní zabezpečenie v každej nepredvídanej životnej situácii, plniť si svoje ciele a užívať si dôchodok.*

**Tab. 3.1 Priradené hodnoty faktorom swot analýzy**

<b>Silné stránky</b>	<b>Hodnoty</b>
<i>Imidž firmy a rast firmy</i>	5
<i>Dobré finančné vzťahy</i>	4
<i>Atraktívne a početné produkty</i>	4
<i>Pozitívny prístup a myslenie</i>	5
<i>Uprednostňovanie výhod klienta</i>	5
<i>Kariérny rast poradcov</i>	5
<i>Rešpekt konkurencie a obchodných partnerov</i>	4
<i>Lojalita zamestnancov</i>	4
<i>Záujem spoločností o spoluprácu</i>	4
<i>Vysoká kvalifikácia poradcov</i>	4
<b>Slabé stránky</b>	<b>Hodnoty</b>
<i>Slabé ohnivo reťaze (jednotlivec, ktorý uprednostňuje svoje výhody pred klientovými, nikdy vo firme dlho nevydržal, heslom spoločnosti je, že ten, kto to robí pre peniaze, nikdy ich mať nebude)</i>	5
<i>Výdrž (prejde dlhá doba školení a procesov, kým sa dostaví finančný efekt)</i>	4
<i>Absencia vzdelávania u niektorých poradcov</i>	5
<i>Vzájomná nespolupráca medzi poradcami OVB</i>	3
<i>Slabšia úroveň technického zabezpečenia</i>	5
<b>Príležitosti</b>	<b>Hodnoty</b>
<i>Mizivá pravdepodobnosť zániku (pravdepodobnosť záujmu o poradenstvo)</i>	5
<i>Dotácia (rady klientovi ako získať rôzne formy dotácií, napr. na novovytvorené pracovné miesta)</i>	3
<i>Finančná kríza (progresia záujmu o finančné poradenstvo)</i>	5
<i>Spolupráca s novými partnermi</i>	3
<i>Motivácia zamestnancov (dovolenky, provízie, renta vzdelávanie,...)</i>	4
<b>Hrozby</b>	<b>Hodnoty</b>
<i>Žiadna reklama</i>	3
<i>Rast konkurencie</i>	3
<i>Zmena legislatívy</i>	3
<i>Predsudky ľudí</i>	4
<i>Slabá spolupráca najnižších článkov partnerských spoločností</i>	3
<i>Neúčast' na všetkých školeniach</i>	3
<i>Nedostatočné rozloženie portfólia klienta (následok - platobná neschopnosť)</i>	4

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa konzultácie s poradenským pracovníkom spol. OVB

Tieto poznatky následne hierarchicky usporiadam do štyroch kvadrantov matice swot analýzy, aby som sa mohla pokúsiť naznačiť, ako by mal podnik, v súlade so svojim poradenským prostredím a cieľmi ďalej postupovať a pokračovať v rozvoji.

Schéma 3.4 Matica SWOT analýzy

	Kladný vplyv	Záporný vplyv
<b>Vnútročné prostredie</b>	<i>Imidž firmy a rast firmy</i> <i>Uprednostňovanie výhod klienta</i> <i>Kariérny rast</i> <i>Dobré finančné vzťahy</i> <i>Pozitívny prístup a myslenie</i> <i>Atraktívne a početné produkty</i> <i>Vysoká kvalifikácia poradcov</i> <i>Rešpekt konkurencie a obchodných partnerov</i> <i>Lojalita zamestnancov</i> <i>Záujem spoločností o spoluprácu</i>	<i>U niektorých poradcov uprednostňovanie vlastných výhod pred výhodami klienta</i> <i>Slabá úroveň technického zabezpečenia</i> <i>Absencia vzdelávania u niektorých poradcov</i> <i>Výdrž poradcov</i> <i>Slabšia spolupráca poradcov OVB</i>
<b>Vonkajšie prostredie</b>	<i>Finančná kríza</i> <i>Mizivá pravdepodobnosť zániku</i> <i>Motivácia potenciálnych klientov</i> <i>Možnosti spolupráce s ďalšími obchodnými partnermi</i> <i>Dotácie</i>	<i>Predsudky ľudí</i> <i>Nedostatočné rozloženie portfólia klienta, za následok jeho platobná neschopnosť</i> <i>Žiadna reklama</i> <i>Neúčast' na všetkých školeniach</i> <i>Rast konkurencie</i> <i>Zmena legislatívy</i> <i>Slabá spolupráca najnižších článkov partnerských spoločností (výlučný sprostredkovatelia partnerských poisťovní)</i>

Zdroj: Vlastné spracovanie

Práve hierarchicky usporiadané silné stránky je nutné chápať ako relevantné konkurenčné výhody. Spoločnosť by tieto silné stránky mala všetky využiť a tým zaistiť maximalizáciu svojich cieľov a poslania. Slabé stránky vyžadujú nutnosť snahy ich odstrániť, poprípade ich pôsobenie zmierniť. Uvedené príležitosti a hrozby sú výsledkom pôsobenia vonkajších vplyvov na podnik. Kvalitná podniková stratégia by tieto faktory mala zohľadňovať, a to predovšetkým eliminovať možné hrozby a v maximálnej možnej miere využívať príležitosti, ktoré podnikateľské prostredie poskytuje.

Najväčším nedostatkom spoločnosti, resp. jej najslabšou stránkou je uprednostňovanie výhod niektorých poradcov pred výhodami klienta. Takáto skutočnosť môže mať na spoločnosť výrazný dopad, pretože ovplyvňuje reputáciu poradenského prístupu, a teda celkový imidž firmy, ktorý predstavuje pre firmu OVB jednu z najvplyvnejších silných stránok. Tento fakt sa takisto vymyká poslaniu firmy. Vzhľadom na tieto okolnosti by najväčšou ambíciou podnikovej stratégie mala byť čo najvýraznejšia redukcia tejto slabej stránky. Súčasťou tejto stratégie by sa teda mala stať zvýšená pozornosť pri náboe nových poradcov, sprísniť nároky a dôkladnejšie sa venovať ich potenciálnemu prínosu pre firmu. Takáto stratégia by mala pozitívne ovplyvniť aj ostatné slabé stránky, ako je vyššia trpezlivosť poradcov pri čakaní na finančný efekt, menšie absencie na školeniach, lepšia spolupráca medzi poradcami.

Silná pozícia spoločnosti na trhu, jej imidž, ekonomický rast a kariérny rast poradcov vzhľadom na štruktúralnosť firmy je najväčšou doménou a najsilnejšou stránkou tejto spoločnosti. Mala by sa teda prednostne sústrediť na udržanie svojej pozície prostredníctvom využívania silných stránok, ktoré túto pozíciu zabezpečujú, a teda zachovať si dobré finančné vzťahy s partnermi, zdravo pozitívny prístup a myslenie, počet poistných produktov (prípadne ich nárast), rešpekt partnerov a konkurencie a lojalitu zamestnancov. Tiež eliminácia nedostatku technického vybavenia by v modernom svete zabezpečila vyššiu úroveň v prospech ekonomickej kvality spoločnosti.

Akútnosť hrozieb spoločnosti OVB nie je vysoká. S ohodnotením 4 bolo uvedené ohrozenie, ktoré spôsobili predsudky ľudí voči poistným sprostredkovateľom. Tento fakt má však degresívnu tendenciu a s využitím výbornej príležitosti, ktorou je nadchádzajúca svetová finančná kríza môže dôjsť k jeho ešte výraznejšiemu poklesu. Ľudia s obavami hospodárskej tiesne zvyšujú záujem o finančné poradenstvo a v súvislosti s touto tendenciou by sa mohla ujať aj myšlienka aspoň čiastočnej reklamy.

Spoločnosť OVB by sa mala strategicky v dlhodobom časovom horizonte aj naďalej orientovať na využívanie svojich silných stránok na udržanie svojej silnej trhovej pozície. Na teoretickom základe analýzy SWOT by mala teda prevádzkovať uvedenú **stratégiu SO** – *využívať svoje silné stránky na získanie ďalších výhod.*

## 4. Návrhy a odporúčania

V predchádzajúcej podkapitole 3.4 bol uvedený návrh strategického usmernenia spoločnosti OVB. Táto spoločnosť má vďaka mnohým prvenstvám na finančnom a poisťnom trhu výhodu silnej pozície a jej ohrozenia a slabšie stránky nemajú na jej poradenský proces, ciele a poslanie výrazný dopad. Napriek tomu by sa eliminácii týchto negatívnych faktorov spoločnosť OVB preventívne mala zaoberať.

Odporúčila by som jej preto:

- ***Aspoň čiastočne zvýšiť reklamu (napr. billboard)***

*Spoločnosť OVB sa riadi heslom „dobré sa predáva samo“ a pokiaľ poskytuje kvalitné poradenstvo, reklama nie je dôležitá do takej miery, aby bola nutná na zabezpečenie klientely. Klient reaguje na základe odporúčaní ostatných spokojných klientov. Samozrejme, formou reklamy by sa určite zvýšil záujem o poradenské služby u tých klientov, ktorí sa ešte s touto formou poradenstva nestretli, alebo nevedia, že vôbec existuje. Preto využívajú ponuky bánk, poisťovní, leasingových spoločností, atď. Toto poradenstvo im však poskytne pohľad len jednostranný a konkrétne nastavený len pre tú ktorú zložku finančného trhu. Napr. ak klient chce riešiť hypotéku v konkrétnej banke, musí prijať jej podmienky a nemá možnosť porovnať ostatné bankové inštitúcie.*

- ***Zachovať si pozitívne myslenie a motiváciu robiť ľudí úspešnými***

*Pozitívne myslenie je veľmi dôležité ako u klienta, tak u poradcu. Poradca svojim pozitívnym prístupom motivuje týmto smerom aj klienta. Klient sa pozerá na svoj problém z iného hľadiska, odrazu vidí, že jeho situácia má riešenie. Napr. zadlžený klient dostáva informáciu ako svoj problém riešiť, má vypracovaný finančný plán, ktorý dodržiava a dostáva sa tak zo zadlženosti do únosnej miery splátok, ktoré si môže dovoliť. Odrazu sa dostáva z depresívneho stavu do pozitívneho myslenia – motivácia robiť ľudí úspešnými. Poradca má snahu budovať si svoju štruktúrnú firmu, vychovávať a viesť svoj tím ľudí, školiť ich a robiť z nich úspešných ľudí, ktorí poskytujú kvalitné služby klientom. Tým robia úspešnými samých seba i klientov.*

- ***Zvýšiť dozor nad výkonom***

*Začínajúci poradca potrebuje podporu a kontrolu svojho vedúceho. Každá informácia smerom ku klientovi musí byť pravdivá a kvalitná. Týmto sa zabezpečí, aby spoločnosť OVB mala dobré meno. Zlé informácie od začínajúceho poradcu by mohli značne poškodiť goodwill firmy. Prvý dojem nikdy nespravíte dvakrát.*

- ***Venovať pozornosť pri náboře nových spolupracovníkov – aby mali výdrž a vyzdvihovali potreby klienta***

*Potrebná je snaha hľadať ľudí inteligentných, komunikatívnych, ľudí, ktorých neodradia prvé neúspechy, ľudí, ktorí na prvé miesto vo svojej práci dávajú potreby klienta.*

- ***Zabezpečiť techniku***

*Lepšie vybavenie kancelárií by určite skvalitnilo prácu poradcu.*

- ***Znížiť dopad počiatočných nákladov pre začiatníkov***

*Poradca je samostatne zárobkovo činná osoba. Musí platiť svoje náklady – odvody, prenájom kancelárie, mobilný telefón, benzín, atď. Je dôležité, aby si poradca vytvoril čím skôr databázu svojich klientov, ktorým poskytuje svoje služby a servis. Od počtu klientov a následného poradenstva samozrejme závisí i príjem poradcu.*

- ***Zachovať si doterajšiu úroveň poradenstva a stále ju zlepšovať***

*Vždy a za každých okolností musí byť na prvom mieste klient. Pokiaľ sa bude zachovávať táto zásada, klienti sa naďalej a s dôverou budú obracať na spoločnosť OVB.*

- ***Zlepšiť spoluprácu s výlučnými sprostredkovateľmi partnerských spoločností (pretože tu vládne rivalita, je nutné si uvedomiť, že spolupráca je dôležitá pre ich rast – získavame poisťovníam klientov)***

*Takisto konkurencia je veľmi motivujúca. Musí posúvať spoločnosť ďalej. Poučí sa z toho dobrého a snaží sa byť lepšou. Poisťovne ju musia brať ako obchodného partnera, nie ako konkurenciu. Mala by sa čiastočne vylepšiť komunikácia.*



- ***Snažiť sa zlepšiť prístup ku klientom (lepšiu komunikáciu, hlavne vo fáze servisu)***

*Poradca firmy OVB sa musí naučiť správne komunikovať s klientom. Dôležité je klienta zaujať, zneistiť a vysvetliť mu, čo má vo svojom portfóliu správne, nedostačujúce a čo mu chýba. Vysvetliť mu a nájsť tie správne slová, aby pochopil, prečo je dôležité poistenie, ako by malo byť nastavené, aby klienta zabezpečilo v každej situácii. Poistenie len aby sme niečo mali je zbytočné, pretože pre klienta nič nerieši, alebo len na krátku dobu. Musíme ho naučiť rozmyšľať a získavať finančnú gramotnosť. Tu je dôležitý spôsob ako sa to klientovi podá. To mnohým poradcom chýba a potrebovali by vylepšiť spôsob komunikácie s klientom vo fáze poradenstva a následne servisu.*

Spoločnosti OVB je skutočne prestížna a celoeurópsky veľmi úspešná, a pokiaľ si zachová tendenciu svojho výkonu, má vysokú pravdepodobnosť udržania si svojej sily. Myslím si však, že ak podnik zvýši pozornosť uvedeným odchýlkam, zabezpečí si tak ešte silnejšiu pozíciu na trhu a nebude musieť čeliť narastajúcej hrozbe konkurencie.

## 5. Záver

V súčasnom pokrokovom, rýchlo sa vyvíjajúcom a predovšetkým rizikovom svete zohráva poistné krytie významnú úlohu. Kvôli popularite poistenia čoraz viac narastá konkurenčná rivalita. Kľúčovým faktorom sa tu preto stáva kvalitná sprostredkovateľská činnosť, ktorá zaručí zákazníkovi spokojnosť nevyhnutnú pre zaistenie konkurenčnej sily. Pod sprostredkovateľskou činnosťou sa kvôli tomu musí chápať viac, ako len predaj vhodného poistenia a cielené uzatvorenie zmluvy. Jedná sa tiež o predkladanie vhodných návrhov na uzatvorenie poistných zmlúv, teda o poradenskú činnosť pri výbere vhodného poistenia, o prípravné práce smerujúce k uzatvoreniu konkrétnej zmluvy a o klientsky servis.

Prínos poradenskej činnosti je pre poistný trh teda nespochybniteľný. Správne zvolený obsah a princípy poradenského procesu je tajomstvom všetkých poradenských spoločností. Jedinečnosť prístupu ku klientom ako súčasť podnikovej filozofie je výsledkom mnohých školení a využívania potenciálu poradcov.

V tejto bakalárskej práci som sa zamerala v teoretickej časti na popis základných východísk poistného trhu a poradenských zásad ako jeho podmnožinu. V praktickej časti som deskriptívne rozobrala práve poradenský proces konkrétnej poradenskej firmy, poukázala na jeho základné princípy a postup, a v závere zhodnotila jeho kladné a záporne stránky, príležitosti a ohrozenia pomocou analýzy SWOT. V nadväznosti na teoretické základy a analýzy by sa dalo povedať, že spoločnosť OVB spĺňa nevyhnutné požiadavky poradenského trhu, výborne zvláda systém komunikácie s klientmi a partnermi, vhodne formuluje riešenia poistných požiadaviek a príkladne sa stará o klientelu aj po uzatvorení poistnej zmluvy.

Silná trhová pozícia spoločnosti OVB jej strategicky umožňuje aj naďalej využívať svoje silné stránky na získavanie ďalších výhod, prípadne využívania nových príležitostí. Dovoľuje jej zaoberať sa hrozbami a slabosťami len okrajovo, čo však môže mať negatívny trend v budúcnosti. Know-how spoločnosti vo forme prístupu ku klientom je zatiaľ však jej spoľahlivou preventívnou schopnosťou v boji s konkurenciou.

## **Zoznam použitej literatúry**

### **a) Odborná literatúra**

[1] ARNDT, Peter; BRAUN, Gerold. Příručka finančního a pojišťovacího poradce. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2005. 178 s. ISBN 80-247-2220-7.

[2] COHEN, W. A. Staňte se úspěšným poradcem. Přel. I. Tomečková. 1. vyd. Brno: CB Books, 2005. 284 s. ISBN 80-2510530-X.

[3] DUCHÁČKOVÁ, Eva. Principy pojištění a pojišťovnictví. 2. vyd. Praha: Ekopress, s. r. o., 2005. 182 s. ISBN 80-86119-92-0.

[4] HORA, Jan; ŠULCOVÁ, Jaroslava; ZUZANÁK, Aleš. Příručka pro zprostředkovatele pojištění. 1. vyd. Praha: Linde Praha, a. s., 2004. 258 s. ISBN 80-7201-488-9.

[5] CHOVAN, P; ČEJKOVÁ, V. Malá encyklopédia poistenia a poisťovníctva s cudzojazyčnými ekvivalentmi. 1. vyd. Bratislava: Elita, 1995. 352 s. ISBN 80 85323 84-2.

[6] CHOVAN, P. Poist'ovnictvo v kocke. 1. vyd. Bratislava: SAP, 2006. 359 s. ISBN 80-967410-1-2.

[7] KUBR, Milan. Poradenství pro podnikatele a manažery. 1. vyd. Praha: CAPA, 1991. 648 s. ISBN 80-7064-036-7.

[8] KUTINA, Z. Vademecum pojišťovacího makléře. 1. vyd. Praha: Havlíček Brain Team, 2005. 150 s. ISBN 80-902609-0-4.

[9] MAJTÁNOVÁ, Anna; DAŇHEL, Jaroslav; DUCHÁČKOVÁ, Eva; KAFKOVÁ, Eva. Pojišťovnictví – Teorie a praxe. 1. vyd. Praha: Ekopress, s. r. o., 2006. 296 s. ISBN 80-86929-19-1.

[10] POCZATKOVÁ, Blanka; MIKOLÁŠ, Zdeněk; LUDVÍK, Ladislav. Poradenství pro manažery a podnikatele A. 1. vyd. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, Ekonomická fakulta, 2007. 194 s. ISBN 978-80-248-1420-9.

### **b) Elektronické publikácie**

[11] MAJTÁNOVÁ, A; KRÁTKA, Z; LITTOVÁ, Z. Poist'ovnictvo - praktikum

[online]. 2006, [cit. 2009-04-03]. Dostupný z WWW:

<<http://maag.euba.sk/documents/POIFHI200801.pdf>>.

### **c) Ďalšie internetové zdroje**

[12] Příručka moderného ekonóma [online]. Dostupný z WWW [cit. 2009-04-01]

<<http://www.euroekonom.sk>>.

[13] Novela Zákona č. 340/2005 o sprostredkovaní poistenia a sprostredkovaní zaistenia [online]. Dostupný z WWW [cit. 2009-04-05] <<http://www.sasp.sk/userfiles/Dovodova%20sprava%20-%20novela%20zakona%20340-2005.doc>>.

[14] Slovenská asociácia sprostredkovateľov v poisťovníctve [online]. Dostupný z WWW [cit. 2009-04-05] <<http://www.sasp.sk/?s=57&art=57&lg=1>>.

[15] Český oborový internetový portál [online]. Dostupný z WWW [cit. 2009-04-10] <<http://www.stavebnitechnologie.cz/view.php?cisloclanku=2002041701>>.

#### **d) Ostatné zdroje**

[16] Interné materiály spoločnosti OVB

## Zoznam skratiek

<i>a pod.</i>	- a podobne
<i>a. s.</i>	- akciová spoločnosť
<i>atď.</i>	- a tak ďalej
<i>atp.</i>	- a tak podobne
<i>cm</i>	- centimeter
<i>č.</i>	- číslo
<i>EBIT</i>	- zisk pred úrokmi a zdanením
<i>EUR</i>	- mena Euro
<i>EÚ</i>	- Európska únia
<i>FO</i>	- fyzická osoba
<i>mil.</i>	- milión
<i>min.</i>	- minúta
<i>napr.</i>	- napríklad
<i>NBS</i>	- Národná banka Slovenska
<i>OP</i>	- Občiansky preukaz
<i>PFT</i>	- Prieskum finančného trhu
<i>PO</i>	- právnická osoba
<i>resp.</i>	- respektíve
<i>spol.</i>	- spoločnosť
<i>t.j.</i>	- to jest
<i>tzv.</i>	- takzvaný
<i>USA</i>	- Spojené štáty americké

## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- беру на ве́доміі, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠB-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 07.05.2009

Jarmila Stryčková  
jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého pobytu studenta:

023 13 Čierne 1033, Slovenská republika

## Prílohy

<b><i>Príloha č. 1</i></b>	Kľúčové schopnosti a vlastnosti potenciálneho poradcu
<b><i>Príloha č. 2</i></b>	Zoznam obchodných partnerov spoločnosti OVB a oblasti poistných produktov nimi zmluvne poskytované
<b><i>Príloha č. 3</i></b>	System kariéry poradcov spoločnosti OVB
<b><i>Príloha č. 4</i></b>	Vzor Osvedčenia o zápise do registra NBS
<b><i>Príloha č. 5</i></b>	Titulná strana finančnej analýzy klienta
<b><i>Príloha č. 6</i></b>	Nevyhnutné súčasti poistnej zmluvy: <ul style="list-style-type: none"><li>• Súhlas s poskytnutím osobných údajov</li><li>• Investičný rizikový profil</li><li>• Poistný protokol</li></ul>

## **Príloha č. 1**

*Požadujúce a kľúčové intelektuálne schopnosti a osobné vlastnosti potenciálneho poradcu môžeme zhrnúť v nasledujúcej schéme:*

### **Schéma 2.2 Kvality konzultanta**

#### **1. Intelektuálna schopnosť:**

- schopnosť ľahko a rýchlo sa učiť
- schopnosť pozorovať, akumulovať, vyberať a vyhodnocovať fakty,
- dobrý úsudok, schopnosť indukcie a dedukcie, predstavivosť, originalita,

#### **2. Schopnosť chápať ľudí a pracovať s nimi:**

- rešpektovanie iných ľudí, tolerancia, zdvorilosť, dobré mravy,
- schopnosť predvídať a vyhodnocovať reakcie ľudí,
- ľahko sa kontaktovať s ľuďmi,
- schopnosť získať si dôveru a rešpekt,

#### **3. Schopnosť komunikovať, presviedčať a motivovať:**

- schopnosť počúvať iných,
- dobré ústne a písomné vyjadrovanie a komunikácia,
- schopnosť učiť a vychovávať ľudí, presviedčať a motivovať.

#### **4. Intelektuálna a emocionálna zrelosť:**

- ustálené správanie a činnosť, flexibilita,
- schopnosť pracovať v duševnej rovnováhe, v klude a objektívnym spôsobom,
- sebakontrola a sebaovládanie vo všetkých situáciách.

#### **5. Osobná energia a iniciatíva:**

- správna miera sebadôvery a zdravá ambicióznosť,
- podnikavý duch, odvaha, iniciatíva a vytrvalosť.

#### **6. Etika a statočnosť:**

- úprimná túžba pomáhať iným
- zdvorilosť a schopnosť priznať si chybu a učiť sa z chýb.

#### **7. Fyzické a duševné zdravie:**

- schopnosť znášať špecifické a životné podmienky konzultantov.

Zdroj: vid' [7]



## Príloha č. 2

**Zoznam obchodných partnerov spoločnosti OVB a zoznam ich oblastí poisťných produktov pre Slovenskú republiku (aktualizované 15. 04. 2009):**

<b>Partnerská poisťovňa</b>	<b>Životné poistenie</b>	<b>Úrazové poistenie</b>	<b>Zdravotné poistenie</b>	<b>Poistenie motorového vozidla</b>	<b>Poistenie zodpovednosti</b>	<b>Poistenie majetku</b>	<b>Cestovné poistenie</b>
<i>Allianz – Slovenská poisťovňa, a.s.</i>	áno	áno	-	áno	-	-	-
<i>AMSLICO AIG Life poisťovňa a.s.</i>	áno	áno	-	-	-	-	-
<i>ČSOB poisťovňa, a.s.</i>	áno	-	-	áno	-	áno	-
<i>Generali Slovensko poisťovňa, a. s</i>	áno	áno	-	áno	áno	áno	áno
<i>ING Životná poisťovňa, a.s.</i>	áno	-	-	-	-	-	-
<i>KOOPERATIVA poisťovňa, a. s.</i>	áno	áno	-	áno	áno	áno	Áno
<i>UNIQA poisťovňa, a.s.</i>	áno	áno	-	áno	áno	áno	Áno
<i>Poisťovňa Cardif Slovakia, a.s.</i>	áno	-	-	-	-	-	-
<i>Deutscher Ring Lebensversicherung-AG, organizačná zložka</i>	áno	áno	-	-	-	-	-
<i>ING Životná poisťovňa, a.s.</i>	áno	-	-	-	-	-	-
<i>Wüstenrot poisťovňa, a.s.</i>	áno	-	-	-	áno	áno	-
<i>APOLLO zdravotná poisťovňa, a.s.</i>	-	-	áno	-	-	-	-
<i>Europäische Reiseversicherung AG organizačná zložka Slovensko</i>	-	-	-	-	-	-	áno

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa interného materiálu spoločnosti OVB

### Príloha č. 3

#### Systém kariéry poradcov spoločnosti OVB



#### **Predpoklady povýšenia na ďalší stupeň:**

- poradca splnil všetky požadované aktivity na dosiahnutie ďalšieho stupňa
- zúčastňuje sa pravidelne základného vzdelávania, pracovných stretnutí a seminárov
- vyhovuje požiadavkám kvality v kolobehu práce v OVB ako aj v odbornej oblasti
- pracuje s nástrojmi OVB dôkladne
- ako spolupracovník je pre skupinu výhrou
- je možné s poradcom stanovovať ciele, napláňovať ich a realizovať
- dá sa na neho spoľahnúť
- dá sa u neho predpokladať úspech aj na ďalšom kariérnom stupni

## Príloha č. 4

### Vzor Osvedčenia do registra NBS



#### OSVEDČENIE O ZÁPISE DO REGISTRA SPROSTREDKOVATEĽOV POISTENIA A SPROSTREDKOVATEĽOV ZAISTENIA

OVB Allfinanz Slovensko, s. r. o., Bradáčova 7, 851 02 Bratislava 5 týmto osvedčuje,  
že pani

**Meno Priezvisko**

rodné číslo \*\*\*\*\*j\*\*\*\*

trvale bytom .....

bola dňa 28. 10. 2005 zapísaná do zoznamu podriadených sprostredkovateľov poistenia  
v registri sprostredkovateľov poistenia a sprostredkovateľov zaistenia vedenom Úradom pre  
finančný trh pod registračným číslom

**PSP \*\*\*\***

Toto osvedčenie sa vydáva v jednom origináli a platí po celú dobu zápisu  
sprostredkovateľa poistenia v registri sprostredkovateľov poistenia a sprostredkovateľov  
zaistenia. Skutočnosť, či je pani Lucia Kališová zapísaná v registri sprostredkovateľov  
poistenia a sprostredkovateľov zaistenia, možno overiť na internetovej stránke Úradu pre  
finančný trh ([www.nbs.sk](http://www.nbs.sk)).

V Bratislave dňa .....

za OVB Allfinanz Slovensko, s. r. o.  
Ing. Benedikt Fronc, konateľ spoločnosti

**Príloha č. 5**

**Titulná strana finančnej analýzy klienta**

125.780 €

32.615 €

15.720 €

9210 €


2415 €

325 €

50 €

# Finančná analýza

Váš prvý krok k budovaniu majetku.

  
OVB

Zapísať môže príd.



## Príloha č. 6

### Nevyhnutné súčasti poisťnej zmluvy

#### a) Súhlas s poskytnutím osobných údajov

Číslo súhlasu: 00088151

Pôvodné číslo súhlasu: \_\_\_\_\_

#### PRIJATIE PONUKY / SÚHLAS S POSKYTNUTÍM OSOBNÝCH ÚDAJOV

(Súhlas s poskytnutím osobných údajov je vyhlásenie, vyplývajúce zo zákona o ochrane osobných údajov, o poskytnutí svojich údajov zástupcovi spoločnosti a spoločnosti výhradne za účelom poskytnutia dohodnutého rozsahu služieb.)



1. Dolu uvedeným podpisom potvrdzujem, že som prevzal/a ponuku služby, poskytovanej finančným maklérom spoločnosti OVB Allfinanz Slovensko, s. r. o., bolo mi poskytnuté podrobné vysvetlenie tejto služby, porozumel/a som jej a **prijímam ponuku** tejto služby v dohodnutom rozsahu. Dohodnutý rozsah potvrdím svojím podpisom na tlačive ponuky, na tlačive analýzy alebo na príslušnom vyhlásení ku konkrétnemu obchodu.

2. Ako klient spoločnosti OVB dobrovoľne **poskytujem** zástupcovi spoločnosti svoje **osobné údaje**, ako aj údaje svojich rodinných príslušníkov za účelom poradenstva a starostlivosti. Toto vyhlásenie sa bude vzťahovať aj na všetky tlačivá, dokumenty a zmluvy, ktoré budú uvedené v zozname príloh vo finančnej analýze. Toto prehlásenie je možné kedykoľvek odvolať.

**Finančný odborník** spoločnosti OVB Allfinanz Slovensko, s. r. o., **požije** poskytnuté **osobné údaje**, údaje o existujúcich záväzkoch, o finančnej situácii a o majetku klienta výhradne len za účelom poradenstva v dohodnutom rozsahu. Údaje budú zapísané vo **finančnej analýze** a okrem dolu podpísaného zástupcu spoločnosti do nich smie nahliadnúť len konzultant, určený spoločnosťou, za účelom kvalitného odborného poradenstva.

3. Som si vedomý/á skutočnosti, že **spoločnosť OVB Allfinanz Slovensko, s. r. o.**, Bajkalská 30/A, 829 10 Bratislava 25, ako licencovaný sprostredkovateľ investičných služieb je zo zákona **povinná viesť denník sprostredkovateľa investičných služieb** a že za týmto účelom je potrebný **zápis mojich osobných údajov**. Dobrovoľne poskytujem údaje pre tento zápis, na účely ochrany mňa ako klienta, kontroly poradenstva a možnosti kontroly plnenia záväzkov z finančných produktov. Spoločnosť OVB Allfinanz Slovensko, s. r. o., bude zapisovať do denníka len údaje zapísané na tomto tlačive a údaje z iných tlačív, určených na zápis, vyžadované zákonom a podpísané klientom.

4. Klientovi môžu byť **poskytované informácie**:

- a) prostredníctvom osobného kontaktu makléra,
- b) prostredníctvom regionálnych konzultantov/manažérov,
- c) všeobecné ponuky z centrály spoločnosti prostredníctvom poskytnutých kontaktov,
- d) potvrdenia o stave spracovania zmlúv.

Zdroj alebo spôsob informovania, s ktorým klient nesúhlasí: \_\_\_\_\_

5. Zároveň dávam súhlas na **spracovanie údajov** spoločnostiam v rámci holdingu spoločnosti OVB, alebo u špecializovaných dodávateľských organizácií za konkrétnym účelom pri dodržaní všetkých zákonných podmienok ochrany údajov. Každé takéto použitie služieb si OVB dohodne s danou organizáciou písomne, nesúc plnú zodpovednosť za dodržanie ochrany údajov.

	Rodné číslo	Meno	Priezvisko, titul
1. Klient			
2. *			
3. *			
4. *			
5. *			

\* Rodinný vzťah k 1. klientovi (napr. manželka, syn a pod.)

Klient	Adresa	Telefón/mobil	E-mail

Vyhlasujem, že podmienkam poskytnutia a spracovania svojich osobných údajov rozumiem, súhlasím s nimi a zároveň **prijímam ponuku služby finančného makléra**.

Dátum: \_\_\_\_\_ 1. Klient – podpis: \_\_\_\_\_ 2. Klient – podpis: \_\_\_\_\_  
Miesto: \_\_\_\_\_ Číslo OP: \_\_\_\_\_ Číslo OP: \_\_\_\_\_


Dolu podpísaný zástupca spoločnosti OVB Allfinanz Slovensko, s. r. o., sa zaväzuje mlčanlivosťou voči tretím osobám a zároveň potvrdzujem, že som overil totožnosť dotknutých osôb.

Meno, adresa, MA číslo a kontakt makléra: \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_



**b) Investičný rizikový profil**

INVESTIČNÝ RIZIKOVÝ PROFIL			
PODKLAD PRE VÝBER INVESTIČNÝCH NÁSTROJOV			
KLIENT: _____		číslo návrhu zmluvy: _____	
Spoločnosť: _____			
<b>Ako sa zachováte v prípade, ak sa Vám v domácnosti pokazí spotrebič v hodnote nad 20 000 Sk a nemáte dostatočnú hotovosť?</b>			
a) Požičiam si peniaze		<input type="checkbox"/> 1	
b) Použijem financie z investície		<input type="checkbox"/> 0	
<b>Ako sa zachováte v prípade, ak hodnota Vašej investície klesne o 20 %?</b>			
a) Okamžite odpredám celú investíciu		<input type="checkbox"/> 0	
b) Okamžite odpredám časť investície		<input type="checkbox"/> 1	
c) Počkám na zlepšenie situácie		<input type="checkbox"/> 2	
d) Zainvestujem znovu		<input type="checkbox"/> 3	
<b>Čo si predstavujete pod termínom „investičné riziko“?</b>			
a) Niekoľko mi moje peniaze spreneverí		<input type="checkbox"/> 0	
b) Vinou vývoja na svetových trhoch prídem o všetky svoje investície		<input type="checkbox"/> 1	
c) Poklesne hodnota mojej investície pod investovanú sumu		<input type="checkbox"/> 2	
d) Počas investície stratím niečo zo svojho výnosu		<input type="checkbox"/> 3	
<b>Aký máte vzťah k investičnému riziku?</b>			
a) Hodnota mojej investície nesmie, ani krátkodobu, klesnúť pod investovanú sumu		<input type="checkbox"/> 0	
b) Hodnota mojej investície môže klesnúť pod investovanú sumu počas doby 1 roku, max. však o 5 %		<input type="checkbox"/> 1	
c) Hodnota mojej investície môže klesnúť pod investovanú sumu počas doby 2 rokov, max. však o 20 %		<input type="checkbox"/> 2	
d) Hodnota mojej investície môže klesnúť pod investovanú sumu počas doby 3 rokov, max. však o 45 %		<input type="checkbox"/> 3	
<b>Úverové zaťaženie klienta</b>			
a) Bez úverov		<input type="checkbox"/> 4	
b) Dlhodobé úvery do 300 000 Sk		<input type="checkbox"/> 3	
c) Dlhodobé úvery nad 300 000 Sk		<input type="checkbox"/> 2	
d) Krátkodobé úvery nad 200 000 Sk		<input type="checkbox"/> 2	
e) Krátkodobé úvery nad 500 000 Sk		<input type="checkbox"/> 1	
<b>Aký cieľ by mala mať plánovaná investícia</b>			
a) Dosiahnuť vyššie zhodnotenie ako v banke		<input type="checkbox"/> 1	
b) Riešenie krátkodobých (2–4 roky) cieľov s výnosom do 6 % ročne		<input type="checkbox"/> 2	
c) Riešenie strednodobých (4–6 roky) cieľov s výnosom do 8 % ročne		<input type="checkbox"/> 3	
d) Riešenie dlhodobých (viac ako 6 rokov) cieľov s výnosom viac ako 8 % ročne		<input type="checkbox"/> 4	
<b>Počet bodov</b> _____			
<b>Vyhodnotenie:</b>			
2 body a menej		<input type="checkbox"/> Investovanie nie je pre Vás vhodné	
3–7 bodov		<input type="checkbox"/> Konzervatívny profil	
8–13 bodov		<input type="checkbox"/> Vyvážený profil	
14–18 bodov		<input type="checkbox"/> Dynamický profil	
Dátum: _____			
Podpis poradcu: _____		Podpis klienta: _____	



## c) Poistný protokol

# POISTNÝ PROTOKOL

POŽIADAVKY A POTREBY KLIANTA, NÁVRHY, RIEŠENIA A POSKYTNUTÉ INFORMÁCIE



KLIENT: \_\_\_\_\_ číslo súhlasu: \_\_\_\_\_ /

☐ S klientom bola spracovaná komplexná finančná analýza. (Riešenie potrieb!)

☐ Klient jednoznačne prehlasuje, že odmietol spracovanie finančnej analýzy a analýzy existujúcich zmlúv, ktorá mu bola ponúknutá. Klient zároveň berie na vedomie, že len s vykonaním analýzy môže ponuka odpovedať jeho objektívnym potrebám a predísť nedostatkom v poistení a zabezpečení. (Riešenie priani!)

### 1. Potreby/priania klienta:

Vyslovené klientove priania: \_\_\_\_\_

☐ zabezpečenie osoby, blízkych

☐ poistenie úveru

☐ daňová optimalizácia

☐ \*sporenie za účelom:

Doba poistného plánu: ☐ požadovaná klientom

☐ odporúčaná sprostredkovateľom

Výška poistných súm: ☐ požadovaná klientom

☐ odporúčaná sprostredkovateľom

Výška poistného: ☐ požadovaná klientom

☐ odporúčaná sprostredkovateľom

Vzhľadom na kvalitu poistného krytia si klient praje:

☐ cenovo výhodnú ponuku s obmedzeným krytím

☐ vyváženú ponuku cena/krytie

☐ možné maximálne krytie

☐ Klient má záujem o konkrétny produkt:

### 2. Proces sprostredkovania zmluvy

	1. krok	2. krok	3. krok
	potreba/prianie	ponuka	zdôvodnenie**
Rozsah zabezpečenia			riešenie
1. Dôchodok			
2. Deti			
3. Sporenie za iným účelom*			
4. Rodina (pri strate života)			
5. Príjem pri invalidite			
6. Príjem pri PN			
7. V prípade úrazu (strata života)			
8. V prípade úrazu (veľký úraz - TNÚ)			
9. V prípade úrazu (malý úraz)			
10. Hospitalizácia			
11. Kritické choroby			
12. Chirurgický zákrok			
13. Iné zabezpečenie			
Nehnutelnosť			
Domácnosť			
Auto			
Zodpovednosť			
Právna ochrana			
Iné			

\*\*Legenda: 1 = optimálny rozsah krytia, 2 = vyvážená cena/krytie, 3 = klientove prianie, 4 = dobré skúsenosti s poisťovňou, 5 = dobrý servis, 6 = dobré vzťahy s poisťovňou, 7 = dobré meno poisťovne, dobrý rating, 8 = pozr. poznámku

Poznámka: \_\_\_\_\_

3. Rozhodnutie klienta: ☐ Prijíma ponuku v plnom rozsahu.

☐ Prijíma ponuku len v označenom rozsahu. Klient bol oboznámený s nedostatkami v rozsahu poistného krytia.

### 4. Zvolené riešenie (3. krok procesu sprostredkovania zmluvy):

poisťovňa	produkt	SKK/EUR	poistné/frekv.	doba platenia	číslo návrhu zmluvy

SKK/EUR = forma duálneho zobrazenia: 1. Podstatné sumy zobrazené v zmluve 2. Sumy zobrazené v samostatnej prílohe 3. Klientovi odovzdaná kalkulačka

☐ Vyplnený investičný rizikový profil k investičnému životnému poisteniu

### 5. Klientovi boli odovzdané nasledovné podklady (pred/po podpísaní poistného návrhu):

☐ tento poistný protokol

☐ kópia poistného návrhu

☐ poistné podmienky

☐ investičný rizikový profil

☐ písomná ponuka

☐ iné podklady

Klient týmto udeľuje nižšie uvedenému podriadenému sprostredkovateľovi poistenia a spoločnosti OVB Allfinanz Slovensko a.s., súhlas so spracovaním osobných údajov, uvedených v tomto protokole, za účelom vyhodnotenia analýzy potrieb a požiadaviek klienta pred uzavretím poistnej zmluvy.

Podpis klienta: \_\_\_\_\_

Meno, adresa, MA číslo a kontakt obchodníka:

Miesto: \_\_\_\_\_

PSP: \_\_\_\_\_

Dátum: \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

Kópia pre klienta